ズーム
ZOOM JAPON

www.zoomjapon.info

gratuit numéro 28 - mars 2013

SUPPLÉMENT DE 104 PAGES

Les 50 qui font le Japon de demain

Manga
Côté coulisses

Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

ÉDITO **Mission 2**



Il y a un an, Zoom Japon publiait un supplément intitulé Mission qui racontait le travail admirable de l'Ishinomaki Hibi Shimbun lors du séisme du 11 mars 2011. Nous avons décidé de continuer à soutenir ce quotidien local en l'associant à un nouveau projet consacré aux *50 qui font le Japon de demain* dont l'objectif est de montrer la vivacité de la société japonaise en cette période difficile. Ces cinquante personnalités sélectionnées par nos soins et le journal d'Ishinomaki ont répondu favorablement à notre démarche. Qu'elles en soient ici remerciées, car elles prouvent qu'il existe, contrairement à ce que l'on pourrait croire ici en Europe, une véritable mobilisation pour faire bouger le pays et l'emmener vers de nouveaux horizons.

LA RÉDACTION
courrier@zoomjapon.info

71 % **Deux ans après l'accident de la centrale de Fukushima Dai-ichi, les Japonais sont plus que jamais désireux de mettre un terme à la dépendance du Japon à l'égard du nucléaire. C'est ce qu'indique un sondage de l'Asahi Shimbun dans lequel 71 % des Japonais le disent avec conviction.**

Couverture : Chez TANIGUCHI Jirô. Photo de Jérémie Souteyrat

LE REGARD D'ERIC RECHSTEINER

Le Japon vu du train


© Eric Rechsteiner

La vie semble s'être soudainement arrêtée il y a deux ans autour de la centrale accidentée de Fukushima. Cette voie de chemin de fer à l'abandon était, il y a encore deux ans, très fréquentée. La ligne Jôban entre Nippori (Tôkyô) et Iwanuma (préfecture de Miyagi) traverse la zone d'exclusion des 20 kilomètres.

ÉCONOMIE **La Chine ne fait plus rêver**

Les relations tendues entre Pékin et Tôkyô, notamment sur la question des îles Senkaku, pèsent fortement sur les investissements japonais en Chine puisque ceux-ci ont baissé de 20 % au mois de janvier 2013 par rapport à la même période de l'année dernière. Une tendance qui devrait se poursuivre au cours des prochains mois, estime-t-on du côté nippon.

ÉCONOMIE **Un déficit commercial qui empire**

Avec un déficit de 1.629,4 milliards de yens, soit 13 milliards d'euros, la balance commerciale japonaise a enregistré, en janvier, son plus mauvais résultat depuis 1979, date de la première publication de cette statistique. Cela s'explique notamment par les importations d'énergie en hausse depuis 2011 et un yen faible qui renchérit les produits importés.

POLITIQUE Abe Shinzô joue les apprentis sorciers

Le nouveau Premier ministre n'aura pas attendu longtemps avant de mettre en œuvre son plan de relance révolutionnaire.

Vainqueur incontestable des élections générales anticipées, le 16 décembre dernier, le Parti libéral-démocrate (PLD) avec à sa tête ABE Shinzô n'a pas tardé à multiplier les annonces pour redonner un coup de fouet à un pays en plein doute depuis plus de deux décennies. Ce que le Parti démocrate n'avait pas fait en 2009 lorsqu'il avait remporté haut la main le scrutin, le PLD a joué à fond la carte de l'action avec un programme économique baptisé *Abenomics*. Conscient que la priorité des Japonais était avant tout d'ordre économique, le nouveau Premier ministre a donc décidé de lancer un plan de relance audacieux qui fait figure d'expérience pour la plupart des pays occidentaux. Il faut rappeler que le Japon a connu les mêmes affres que l'Europe au début des années 1990 avec l'éclatement de la bulle financière qui a fini par avoir raison de la croissance de l'économie nippone. Confronté à une situation de blocage, le pays est entré dans une spirale déflationniste d'où il ne semblait pas en mesure de sortir. Voilà pourquoi le nouveau chef du gouvernement a choisi la manière forte avec un plan des plus ambitieux qui sera financé par le déficit. Vu d'Europe où l'on ne parle plus que de coupes budgétaires et d'économies, cette idée suscite une certaine curiosité, car elle présage peut-être ce qui sera entrepris sur le Vieux continent lorsqu'on se rendra compte que l'austérité ne permet pas d'améliorer la situation générale. Pour y parvenir, ABE Shinzô a d'abord repris la main sur la Banque du Japon pour lui fixer un triple objectif : relancer l'inflation, financer les dépenses publiques avec la planche à billets et faire baisser le cours du yen pour faciliter les exportations. Non seulement il est parvenu à faire chuter la devise de 15 % en quelques jours, mais la Bourse de Tôkyô a retrouvé la confiance qu'elle avait perdue depuis plusieurs années. La question est de savoir si cela va permettre de refaire démarrer un moteur économique en panne. Les plus optimistes rappellent que ce type de politique avait été mené avec succès dans les années 1930 et que les fondements de l'économie japonaise ne sont pas aussi mauvais qu'on peut croire. Les plus pessimistes mettent l'accent sur l'endettement record de l'archipel. Ce dernier point ne semble pas effrayer ABE Shinzô qui veut agir vite. Les élections pour le Sénat où le PLD n'a pas la majorité auront lieu en juillet. Il est indispensable pour lui de les remporter. Pour cela, il doit montrer qu'il est en première ligne sur le front économique. Les Japonais lui en sont déjà gré puisque, selon un sondage de l'Asahi Shimbun (16-17 février), 62 % d'entre eux lui accordent leur confiance. Un mois plus tôt, ils étaient 54 %.



Dans son édition du 12 février, Newsweek Japon appelait à repenser le pays.

GABRIEL BERNARD

11 MARS **Des livres pour ne pas oublier**

A l'occasion du deuxième anniversaire du séisme et du tsunami qui ont frappé le nord-est du pays, plusieurs ouvrages viennent de sortir.



Eric Rechsteiner pour Zoom Japon

Au lendemain du tsunami, sur le mur du gymnase qui accueille des réfugiés du tsunami, on vient inscrire des messages pour retrouver des personnes disparues. A Ôfunato, préfecture d'Iwate.

En 1923, quelques heures après le tremblement de terre qui a dévasté Tôkyô et sa région, Paul Claudel, ambassadeur de France au Japon, rapportait l'ampleur de la catastrophe, découvrant "une avenue semée de débris et de cadavres, des cadavres, encore des cadavres sans vêtements, sans peau, des formes rouges et noires tordues comme des sarments. Une odeur épouvantable de matière brûlée et de cadavres". La nature a souvent été cruelle dans l'archipel et à chaque fois, elle a laissé derrière elle des cadavres, *itai* en japonais. C'est sous ce titre que l'ouvrage de ISHII Kôta est paru au Japon en 2011 quelques mois après le terrible séisme suivi d'un non moins effroyable tsunami qui a laissé derrière son passage la désolation et encore des milliers de cadavres. La traduction française de ce livre paraît le 7 mars sous le titre moins sec mais tout aussi éloquent : *Mille cercueils*. C'est à peu près le nombre de cadavres qui ont été recensés dans la ville de Kamaishi où l'auteur s'est retrouvé au lendemain de la catastrophe. Comme Paul Claudel, il a arpenté ce qu'il restait des rues de ce port de 40 000 âmes dont certains quartiers ont littéralement été effacés de la surface de la terre. "Il était impératif que j'inscrive en moi ce cataclysme qui allait bouleverser le sort du Japon", explique-t-il dans l'avant-propos pour justifier son désir de se rendre dans les régions sinistrées. "En découvrant, jour après jour, le spectacle de la désolation qui s'y étaient abattues, je me demandais comment les Japonais allaient appréhender cette réalité, celle de tous ces gens morts de façon si affreuse", ajoute-t-il avant de rappeler que la page ne pourrait vraiment être tournée que le jour où "les hommes accepteront de vivre avec le poids de la tragédie qui les a frappés et des séquelles qu'elle a laissées. C'est de cette réflexion qu'est née ma décision de noter au fil des jours le récit des scènes terribles qui se déroulaient dans les dépôts mortuaires. En m'intéressant à celles et ceux qui s'étaient retrouvés là, je voulais retracer le processus qui les mèneraient à s'approprier ces paysages dévastés, jonchés de cadavres, et témoigner aussi de la façon dont ils allaient se relever de cette épreuve et reprendre le cours de leur vie, malgré les blessures laissées par la catastrophe". Au fil des pages, ISHII Kôta rapporte, avec la distance nécessaire pour que cela ne ressemble pas à du voyeurisme, le quotidien d'une ville et de ses habitants qui doivent gérer des cadavres. Ce qui frappe dans ce récit, c'est le souci d'autrui qui habite chaque personnage croisé comme MATSUOKA Kimihiro. Cet employé municipal chargé de transporter les cadavres récupérés dans la ville dès le premier jour n'a jamais flanché ou renoncé à cette terrible tâche parce que "je crois que si je faisais partie des victimes, j'aimerais pouvoir retourner auprès de ma famille. Ces gens-là ne sont pas morts parce qu'ils l'ont voulu. C'est pour ça que je voudrais les aider à retrouver ceux qu'ils aimaient. En tout cas, c'est ce qui me pousse à continuer". Chacun des protagonistes se sent investi d'une mission importante que résume parfaitement une autre phrase que MATSUOKA disait à chaque mort retrouvé : "C'est bien, tu vas enfin pouvoir retourner auprès des tiens". Ces phrases sim-

ples émeuvent, mais donnent aussi une énergie formidable, car elles montrent que les hommes sont capables de se surpasser pour les autres. C'est une leçon extraordinaire.

A plus de 250 kilomètres au sud de Kamaishi, le 11 mars a aussi provoqué le chaos, un chaos dont les conséquences ne sont pas encore complètement évaluées. A proximité de la petite ville de Futaba, la centrale de Fukushima Dai-ichi a été accidentée, provoquant l'exode forcé de milliers de personnes. Parmi elles, un homme, MATSUMURA Naoto, a refusé de partir et d'évacuer la zone interdite décrétée par les autorités. C'est son histoire tout aussi forte que celle des héros ordinaires de Kamaishi que le photojournaliste Antonio Pagnotta nous livre dans *Le Dernier homme de Fukushima*. Comme dans *Mille cercueils*, on contaste que l'attitude de cet agriculteur est dictée par un altruisme incroyable. "Son refus d'obéir aux autorités et de se soumettre au silence était un choix humain - un choix pour l'humanité", écrit Antonio Pagnotta dans les premières pages de ce livre qui rapporte le destin hors du commun de cet homme. "J'ai beaucoup de temps pour penser. Il est triste de voir ma ville natale sombrer, mais je ne déserterai pas. La centrale nucléaire m'a tout pris, ma vie et mes biens. Rester ici, c'est ma façon de combattre pour ne pas oublier, ni ma colère ni mon chagrin", explique MATSUMURA Naoto pour justifier sa décision face aux gens qui travaillent pour Tepco, la société propriétaire de la centrale de Fukushima Dai-ichi. "Ils n'ont ni larmes ni sang, en d'autres termes ils ne sont pas humains", dit-il. Plus engagé que ISHII Kôta vis-à-vis de son récit, Antonio Pagnotta offre néanmoins une histoire poignante qui soulève bien des interrogations sur ce que pourrait être notre propre réaction face à une telle situation.

Dans le manga signé ICHIGUCHI Keiko et intitulé *Les Cerisiers fleurissent malgré tout*, on retrouve cette colère dans les propos de l'héroïne Itsuko qui vit en Italie et doit retourner au Japon au printemps 2011. Malgré le séisme et ses conséquences, elle veut y retourner pour tenir sa promesse de revoir son ancienne institutrice. La mangaka nous livre une œuvre tout aussi forte que les livres de ISHII Kôta et Antonio Pagnotta avec en plus une sensibilité féminine qui nous emporte. Une magnifique façon de rappeler l'importance d'entretenir le lien, *kizuna* en japonais. Notre coup de cœur.

ODAIRA NAMIHEI

RÉFÉRENCES

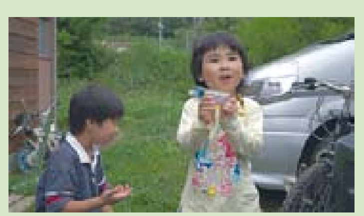
MILLE CERCUEILS, A KAMAISHI APRÈS LE TSUNAMI DE MARS 2011, de ISHII Kôta, trad. par le groupe Honyakudan, éd. du Seuil, 2013, 19€

LE DERNIER HOMME DE FUKUSHIMA, de Antonio Pagnotta, éd. Don Quichotte, 2013, 17,90€

LES CERISIERS FLEURISSENT MALGRÉ TOUT, de ICHIGUCHI Keiko, trad. par Claudia Migliaccio, éd. Kana, coll. Made in, 2013, 15€

TÉLÉVISION **Fukushima, deux ans après**

Présent à Tôkyô, le vendredi 11 mars 2011 à 14h46, lorsque la terre s'est mise à trembler, WATANABE Kenichi a vécu, comme bon nombre de Japonais, la catastrophe via la télévision. *"Quand j'ai appris qu'une explosion avait touché un réacteur de la centrale de Fukushima Dai-ichi, j'ai stoppé mon travail et pris la décision de rentrer en France. Alors que tous les accès à Tôkyô étaient bloqués, la télévision ne disait rien de l'état d'alerte maximum dans lequel nous semblions nous trouver. Je me souviens avoir été dominé par une peur noire, par le sentiment d'être contrôlé par une force que je ne pouvais identifier. C'est cette expérience sur place qui m'a poussé à réaliser un film sur Fukushima"*, raconte le réalisateur. Ce dernier a donc décidé de prendre sa caméra pour aller à la rencontre de ceux qui ont subi les conséquences de cet accident sans précédent dans l'histoire du Japon. Dans un pays où le mythe de la sécurité était profondément enraciné dans les têtes, Fukushima a eu un effet dévastateur d'autant plus important que les médias n'ont pas joué leur rôle (voir *Zoom Japon* n°24 d'octobre 2012). C'est


Kami Productions

ce que rapporte le documentaire de WATANABE Kenichi diffusé sur Arte le 5 mars à 22h25 dans le cadre d'une programmation spéciale consacrée à cet événement. Il donne non seulement la parole aux victimes, mais il a aussi recueilli de nombreux avis de spécialistes afin de mieux établir la réalité de la situation sur place et de rappeler que deux ans après la tragédie, rien n'est réglé et que l'ensemble de l'humanité est concerné. Un film engagé à ne pas manquer.

O. N.

Le monde après Fukushima, de WATANABE Kenichi (77 mn). Mardi 5 mars à 22h25 sur Arte

Fukushima, chronique d'un désastre annoncé, de SUZUKI Akio et NAKAI Akihiko (47 mn). Jeudi 7 mars à 22h50 sur Arte.

MANGA Faites entrer les artistes

Pour devenir mangaka, il faut bien sûr du talent. Mais cela ne suffit pas. Il faut faire preuve d'une volonté à toute épreuve comme le raconte si bien Bakuman dont la version animée sort en DVD.



MORITAKA Mashiro et TAKAGI Akito , les deux héros

Quatre années d'existence et 13 millions de volumes vendus. Tel est le bilan pour le moins flatteur du manga *Bakuman* [éd. Kana] signé par le duo OBA Tsugumi et OBATA Takeshi, auteurs déjà remarqués de *Death Note*. L'hebdomadaire Shônen Jump appartenant à l'éditeur Shûeisha en a assuré la publication de janvier 2009 à juillet 2012, date à laquelle la série s'est achevée. Le manga est sorti en France, en juillet 2010, et compte aujourd'hui 13 volumes (au 4 janvier 2013)

Les raisons de ce succès sont multiples. D'une part, il est profondément ancré dans la réalité du quotidien de millions de jeunes Japonais qui peuvent facilement s'identifier aux différents personnages. Un quotidien où l'école et les examens occupent une place centrale avec peu de temps pour se distraire. Le manga constitue pour nombre d'entre eux un moyen de se changer les idées. Pour de nombreux lecteurs, le réalisme avec lequel les deux auteurs parviennent à décrire sans excès ce que vivent la plupart des familles explique aussi son succès transgénérationnel. A l'instar du film *Colourful* de HARA Keiichi (DVD chez Kazé) qui illustrait bien les rapports parents-enfants dans le contexte du collège, *Bakuman* explore aussi à sa manière l'univers scolaire nippon qui connaît depuis plusieurs décennies une profonde mutation. D'autre part, la possibilité de ne pas avoir à vivre une vie terne de salarié ordinaire, en devenant mangaka, explique aussi pourquoi *Bakuman* a séduit un public considérable. Enfin le manga offre une occasion rare de voir l'envers du décor, de comprendre comment fonctionne cette extraordinaire machine à rêver. Un point qui n'est pas non plus étranger à la réussite de *Bakuman*.

Une occasion rare de saisir le fonctionnement de cette machine à rêver

Fin 2009, celui-ci a terminé numéro un du classement annuel établi par *Kono manga ga sugoi !* [Ce manga est formidable !], une référence dans le monde du manga. En France, il a été élu meilleur *shônen* de l'année lors des Japan Expo Awards en 2011. Il n'était donc pas étonnant que la télévision s'intéresse à son adaptation. Celle-ci est confiée au studio J. C. Staff qui a notamment produit avec succès *Honey and Clover*. A la différence de la plupart des séries d'animation, *Bakuman* est diffusé sur la chaîne publique éducative NHK Education. Cela lui donne une crédibilité supplémentaire auprès du grand public. La réalisation est assurée par KASAI Ken'ichi assisté par AKITAYA Noriaki. Ce vétéran de J. C. Staff a une quarantaine d'animés à son actif. Son expérience profite largement à *Bakuman* dont la réali-

sation est nette et sans bavure. Il y a un côté un peu rétro qui s'ajoute au charme de l'histoire. La diffusion de la troisième et dernière saison qui a commencé en octobre 2012 s'achèvera au printemps 2013. Pour la petite histoire, la publicité étant interdite sur la chaîne publique, les auteurs de l'adaptation ont dû supprimer toutes les références à des produits existant notamment le magazine Shônen Jump, leader des magazines de prépublication dans l'archipel (voir encadré ci-dessous). Au Japon, les métiers du graphisme bénéficient d'une cote de popularité importante auprès des jeunes. Lorsqu'on connaît l'importance du marché (environ 3 000 milliards de yens par an), il est évident que les vocations sont nombreuses. Tout le monde ne souhaite pas devenir mangaka, néanmoins de nombreux lycéens s'exercent et s'inscrivent dans des écoles spécialisées. Dans l'archipel, on en recense plus d'une centaine. Sachant que le gouvernement japonais a fait de la culture populaire une de ses priorités dans le domaine de ses exportations, le secteur apparaît comme porteur, ce qui n'est évidemment plus le cas de l'automobile ou de l'électronique grand public. Par ailleurs, c'est aussi la possibilité pour les heureux élus de conjuguer plaisir et passion. Reste que ce n'est pas facile et *Bakuman* décrit de façon assez réaliste et inédite l'univers du manga.

Mais le rêve de devenir mangaka n'est pas réservé aux seuls Japonais. A travers le monde, et en France notamment qui demeure le second marché pour le manga après le Japon, les adolescents manifestent de plus en plus leur envie de créer aussi leurs propres histoires et personnages. Un peu partout dans l'hexagone, des écoles et des cours de manga se créent pour répondre à une demande de plus en plus forte. Outre les manuels destinés aux autodidactes, des associations comme Espace Japon et AAA à Paris ou ToulouseManga dans le sud-ouest et Espace Lyon Japon proposent des cours d'initiation ou des formations plus approfondies à un public



Le rêve de tout dessinateur est de voir ses œuvres empilées dans les librairies

toujours plus nombreux. L'intérêt ne devrait pas diminuer puisque les éditeurs commencent à publier des mangas signés par des auteurs français comme Jenny (Pink Diary chez Delcourt).

Reste qu'on ne s'improvise pas mangaka. Telle est la leçon que les deux héros de *Bakuman* comprennent très vite. Même si le jeune MORITAKA Mashiro est un dessinateur doué, son oncle, qui fut lui-même mangaka, ne lui a jamais dit qu'il pourrait le devenir. Car c'est un métier exigeant. Outre le talent, il faut acquérir une expérience et un savoir-faire que seul un travail de longue haleine permet d'engranger. Un mangaka est comme un artisan qui travaille dans son atelier, son studio. Avec son camarade TAKAGI Akito, Moritaka va pouvoir profiter de celui qui appartenait à son oncle décédé par excès de dessins. Ils y trouvent tout le matériel utile pour la réalisation de leur rêve, notamment des collections incroyables de mangas ("mon oncle disait que la meilleure source de documentation pour faire un manga, c'étaient les mangas eux-mêmes"). Avec les planches originales de l'oncle de Moritaka, ils découvrent également des milliers de nemus, des mangas crayonnés, qui constituent la première étape dans le processus de réalisation d'un manga. "Il faut commencer par dessiner ça. On l'envoie ensuite à son éditeur. S'il donne son accord, on peut commencer à dessiner. Mais avant de donner son accord, il peut demander plusieurs fois de refaire les dessins", explique MORITAKA. C'est une étape cruciale, surtout lorsqu'on travaille à deux. Le scénariste crayonne des pages pour que le texte s'accorde avec l'histoire. A partir de là, le dessinateur travaille le dessin et réfléchit lui aussi à la composition au fur et à mesure de sa progression. Une fois que ce principe fondamental est acquis, il ne reste plus qu'à se lancer dans l'aventure. Il faut alors déterminer le public auquel on s'adresse et imaginer un récit qui pourra retenir son attention. Ensuite une bonne maîtrise de la plume, en particulier la fameuse plume G que "tous les pros utilisent". Il n'en faut pas plus pour être publié et peut-être connaître la gloire.

ODAIRA NAMIHEI

RÉFÉRENCES

BAKUMAN de OBA Tsugumi et OBATA Takeshi, trad. par Thibaud Desbief, éd. Kana, 13 vol. déjà parus sur 20.
BAKUMAN de KASAI Ken'ichi, DVD chez Kaze, 39,95€.

HISTOIRE **Shônen Jump fait la pluie et le beau temps**

Lancé par l'éditeur Shûeisha en 1968 en tant que bimensuel, Shônen Jump est passé hebdomadaire l'année suivante, au moment où le Japon devenait la troisième puissance économique de la planète. Tout un symbole pour cette publication dont les trois mots clés étaient "effort" (doryoku), "victoire" (shôri) et "amitié" (yûjô). Pour être publiée dans Shônen Jump, une série devait posséder au moins une de ces caractéristiques. Par ailleurs, le magazine ne s'est pas appuyé sur les grands noms du manga pour démarrer, préférant jouer la carte des nouveaux talents.



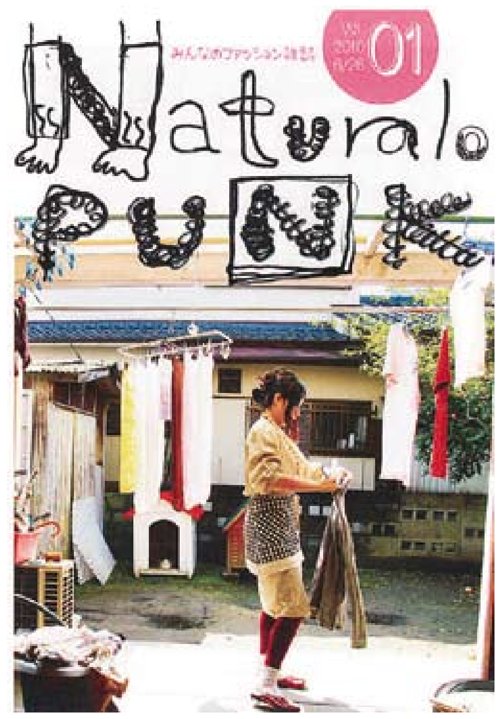
A gauche, le n°1 de Shônen Jump.

Cette recette lui a été favorable puisque Shônen Jump après des débuts modestes (105 000 ex.) a rapidement connu le succès. En 1971, il passe la barre du million d'exemplaires vendus par semaine et finit, deux ans plus tard, par détrôner Shônen Magazine, la référence dans le secteur. Au cours des années suivantes, il continue à engranger les succès et atteint en 1995 un record mondial avec plus de 6,5 millions d'exemplaires. Dragon Ball ou encore Slam Dunk pour ne citer que ces séries ont largement contribué au succès de Shônen Jump.Comme ses concurrents, le magazine enregistre un recul de ses ventes à partir de 1995. Pour beaucoup d'observateurs, la fin de certaines séries cultes comme Slam Dunk expliquerait le retournement du marché. En 1997, la diffusion dépasse à peine 2,3 millions d'exemplaires. Mais fort de ses valeurs initiales et grâce à la publication de nouvelles séries attachantes comme One Piece à partir de 1997, Hunter x Hunter en 1998, Naruto en 1999 ou encore Death Note en 2003, Shônen Jump a retrouvé les faveurs du public. Depuis le début de 2010, il peut compter sur plus de 3 millions d'exemplaires vendus par semaine. **O. N.**

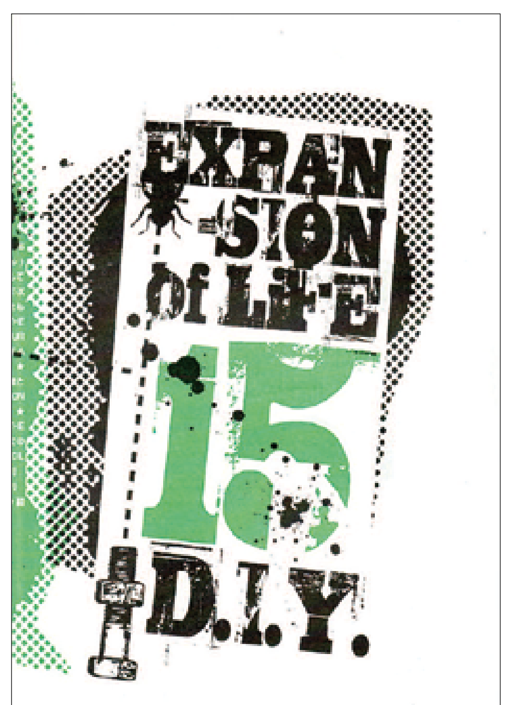
TENDANCE Les fanzines se portent bien

Avant d'être publiés dans des grands magazines, ils sont nombreux à faire leurs classes dans des publications alternatives.

En cette ère où les blogs et la communication électronique sont en passe de s'imposer, le Japon semble être l'un des derniers pays où les gens continuent à prendre plaisir à lire des documents imprimés. Et des rendez-vous importants comme le Tokyo Art Book Fair sont fréquentés chaque année par des milliers de jeunes enthousiastes. Parmi ces publications qui attirent, figurent les fanzines. Bon marché, réalisés avec des bouts de ficelle et diffusés en petite quantité (de 100 à 200 exemplaires), ils appartiennent à cette catégorie d'objets fabriqués selon la philosophie du bricolage. Les fanzines font partie d'un univers éditorial à part et sont échangés entre amis ou distribués par courrier et lors d'événements particuliers. Au Japon, notamment, le monde du fanzine est très restreint et ses publications sont la plupart du temps oubliées par le radar de la culture dominante. L'exception notable à ce phénomène sont les *dôjinshi* ou magazines de mangas indépendants qui ont pour particularité de reprendre des personnages de séries importantes, de romans ou de films pour les faire évoluer dans de nouvelles histoires ou des mondes parallèles. Certaines de ces *dôjinshi* sont très populaires et se vendent à plusieurs milliers d'exemplaires. Elles sont évidemment hors la loi puisqu'elles enfreignent le droit du copyright, mais les éditeurs japonais évitent de les traîner en justice, car elles jouent en définitive un rôle important dans la création d'une base de fans pour les personnages qu'elles détournent. NARITA Keisuke, 35 ans, est sans doute le plus connu de tous les acteurs de ce secteur. Depuis des années, il promeut cette philosophie et organise régulièrement des rassemblements d'éditeurs de fanzines à Tôkyô. Il édite Expansion of Life, une publication qui explore notamment le véganisme, le féminisme et le monde de l'homosexualité. Tandis qu'il représente la vieille garde de la scène underground, une nouvelle génération commence à apparaître avec des personnages comme NAKANO Nami. Ses mangas baptisés de façon ironiques "amitié romantique" n'ont évidemment rien à voir avec les œuvres qui connaissent tant de succès dans l'archipel et à l'étranger. Ses histoires érotiques comportent souvent des mots obsènes et sont très proches de l'esprit du mensuel Garo. "Plutôt que d'essayer de choquer mes lecteurs, je cherche à dire que nous devons essayer de vivre de façon plus spontanée sans avoir à nous cacher derrière un masque", explique-t-elle. Comme dans d'autres pays, les fanzines japonais actuels sont très liés à la scène punk ou à l'esprit contestataire tel qu'il existait dans les années 1960. Ils s'intéressent principalement à la musique et aux styles de vie alternatifs.









Naturalo Punk, Jasmine Zine, Expansion of Life ou encore Cantera figurent parmi les fanzines les plus réputés de la scène culturelle underground du pays. Ils publient de nombreux mangas.

Dans le domaine musical, le fanzine le plus connu s'appelle El Zine. Il couvre à la fois la scène punk internationale et locale dont la notoriété a dépassé les frontières de l'archipel ces dernières années. Les filles sont très présentes dans la publication et cassent l'image stéréotypée de la femme japonaise tranquille et soumise. Yayoi, qui en assure la direction, a déjà à son actif *Catch that Beat!* paru entre 1996 et 2002. "Au lieu de faire des interviews de mes groupes préférés comme Le Tigre ou des personnes peu banales comme ce propriétaire de sex-shop KITAHARA Minori, je veux partager avec mes lecteurs des idées autour de la sexualité et de la politique. Cela m'a d'ailleurs valu d'être traitée de féministe", lâche-t-elle. Âgée aujourd'hui de 35 ans, elle travaille dans un bureau.

Elle a troqué son jeans et ses t-shirts pour un tailleur, mais elle n'a pas oublié la philosophie qui l'animait par le passé. Son message est aujourd'hui repris par d'autres comme Kanatin et Yumeko qui publient le fanzine Namae. Leur mission est de "voguer sur les mers de l'amour et de la joie à l'aide d'une carte pleine d'imagination". Moins engagées politiquement que Yayoi, le duo dynamique derrière Namae écrivent dans un style plus léger qui frôle souvent les frontières du non-sens. Elles présentent également différentes faces de la culture alternative au Japon et dans le reste de l'Asie. Popdrome Service est un autre groupe installé à Tôkyô qui défend une approche éclectique. On trouve ainsi dans leurs fanzines (Carson Zine, Kathy Zine, Romangetic Island) aussi bien des articles sur le punk, des mangas que des illustrations d'enfant tout en affichant une vision très subjective qui transcende les conventions sociales.

L'univers de la mode alternative est également au menu de nombreux fanzines qui traitent le sujet de façon différente. Cantera s'intéresse au côté mignon de la mode tandis que Jasmine Zine présente de belles photos en noir et blanc qui rappellent les magazines de mode des grands éditeurs. D'autres fanzines parlent de la mode en se concentrant sur son aspect alternatif. Un exemple typique de ces publication est Naturalo Punk dont le leitmotiv est "la mode pour tout le monde". Il publie des articles sur la mode des rues



Nyaozine s'intéresse notamment au manga, tout en ayant un regard sur la scène artistique.

même si son approche est un peu plus radicale.

Les fanzines d'art sont ceux qui ont actuellement le vent en poupe. Ils sont de meilleure qualité et bénéficient d'une impression en couleurs et d'un papier digne de ce nom. En revanche, leur prix est plus élevé que les fanzines traditionnels. Watermelon Zine dont s'occupe MIYAZAKI Chie se trouve assez facilement dans les librairies d'art et dans certaines galeries. Ce type de publication servent souvent à promouvoir le travail d'artistes en dehors du circuit traditionnel. Voilà pourquoi leur distribution est plus facile que les autres fanzines. C'est aussi pour cette raison que les fanzines d'art se font régulièrement critiquer par les défenseurs du fanzine à l'ancienne. Pour eux, ces publications n'ont rien à voir avec l'esprit underground et ne sont qu'un moyen pour atteindre le circuit commercial habituel. Parmi les exceptions les plus intéressantes figure le fanzine gratuit consacré à la photo Doo Fanzine créé par l'artiste TERASAWA Dougen originaire d'Ôsaka. Ses premiers numéros se sont concentrés sur l'art du graffiti et sur cette tradition bien japonaise des clichés de rue.

GIANNI SIMONE

Pour en savoir plus sur ces fanzines, vous pouvez vous rendre sur les sites suivants :
Irregular Rhythm Asylum: http://a.sanpal.co.jp/irregular/
Lilmag: http://lilmag.org/
Books Dantalion: www.books-dantalion.com/
Tokyo Art Book Fair: http://zinesmate.org/

INTERVIEW

NARITA Daisuke, le parrain de fanzines

Les gens disent que vos armes principales sont le photocopieur et la machine à coudre.

NARITA Daisuke : Ils ont raison. (rires) Je suis diplômé d'une école de mode. Chaque jeudi, j'organise une réunion autour de la fabrication de vêtements. Tout est prétexte à laisser s'exprimer la créativité !

Comme la plupart des personnes qui évoluent dans l'univers des fanzines, vous avez commencé par la musique.

N. D. : En effet. Il y a une vingtaine d'années, j'étais punk. Comme j'étais incapable de jouer de la musique, j'ai cherché à exprimer mes vues dissidentes concernant la guerre, la politique et les grands médias. J'ai débuté avec un magazine baptisé U-Do-Sha dans lequel j'ai rendu hommage au groupe anarco-punk Crass et publié des guides photo consacrés à Berlin et New York. Ma toute dernière réalisation s'appelle Tongue Confuzine. Il s'agit d'une publication qui compile des phrases déjantées dans différentes langues que je considère comme utiles. On peut ainsi y trouver : "Au secours ! La police me poursuit !" ou "Etes-vous ouvert à de nouvelles expériences ?" J'ai aussi mis en place un système de distribution de fanzines grâce auquel je diffuse mes propres productions et celles d'autres de mes collègues.



IRA assure aussi la promotion d'artistes étrangers comme Filastine

En 2004, vous avez créé Irregular Rhythm Asylum (IRA). Pouvez-vous nous en dire un peu plus à son sujet ?

N. D. : Pendant des années, j'ai connu pas mal de problèmes de trésorerie. Aujourd'hui, nous avons réussi à faire en sorte que les produits distribués par nos soins couvrent, bon an mal an, nos dépenses. Comme je suis concepteur de site Internet, je ne m'inquiète pas trop de l'aspect financier d'IRA. De toute façon, pour vous dire la vérité, le fric ne m'intéresse guère. Ce qui m'importe c'est d'aider les autres dans leur quête d'autonomie et de créativité. Le marché, je m'en fous. La scène alternative commence enfin à prendre de l'ampleur au Japon. Ce qui est aussi une bonne chose à mes yeux, c'est que l'IRA est devenu un point de ralliement pour toutes les personnes qui, pour une raison ou pour une autre, refuse le statu quo culturel et social. Il nous permet également d'entrer en contact avec des éditeurs de fanzines à l'étranger.

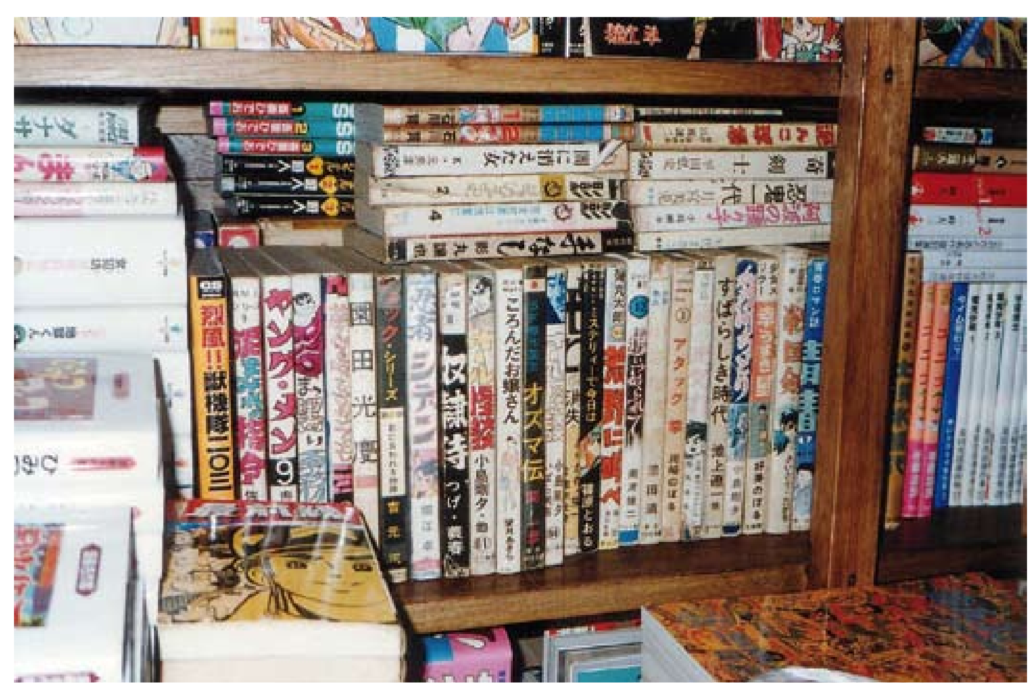
Que trouve-t-on à l'IRA ?

N. D. : On distribue des CD, essentiellement de la musique punk, des vêtements, des badges, des livres, en particulier de la littérature anarchiste et des ouvrages publiés par des éditeurs indépendants comme AK47 Press et Microcosm. On a aussi bien sûr des fanzines. La plupart d'entre eux sont en japonais, mais on en trouve aussi en anglais. Mais comme je le disais, IRA est avant tout un point de rencontre. Les gens peuvent s'y rendre, se relaxer sur un canapé, prendre un bon café et discuter avec des personnes intéressantes et rester autant de temps qu'ils le souhaitent. Ici, vous avez la possibilité de croiser des gens créatifs que vous avez peu de chance de rencontrer à Shibuya ou Harajuku. Nous aimons tout ce qui sort de l'ordinaire.

PROPOS RECUEILLIS PAR G. S.

EDITION Des lendemains qui déchantent ?

Pour les éditeurs japonais, les règles du jeu ont changé dans l'univers du manga. Ils doivent désormais s'adapter.



DR

Depuis 2005, les mangas sous forme de livres génèrent plus de revenus que les magazines de prépublication.

Chez les éditeurs de l'archipel, cela fait quelques années déjà que le sourire a disparu des visages. Il y a eu un retournement du marché et l'on doit se creuser la tête pour trouver des recettes susceptibles d'attirer un public sollicité de toutes parts et de plus en plus exigeant. Pour comprendre ce changement, il suffit de prendre le train ou le métro. Il y a encore une quinzaine d'années, les voyageurs étaient plongés dans des livres ou des magazines quand ils se déplaçaient. Les hommes avaient souvent la tête dans le dernier numéro de leur magazine de prépublication préféré, tremplin indispensable pour les mangaka, et dévoraient des histoires dont ils parleraient avec leurs amis. Désormais, le papier a quasiment disparu des rames. Les gens pianotent sur leur téléphone portable, regardent des émissions de télévision, échangent avec leurs proches via les réseaux sociaux, mais ils ne lisent plus de manga ou presque. Autant il était facile par le passé de récupérer un de ces magazines abandonné par son propriétaire après lecture au cours de son déplacement, autant il est quasi impossible d'en trouver un aujourd'hui. Le changement d'habitude et ses conséquences sur le monde de l'édition remonte exactement à 2005 lorsque pour la première fois de l'histoire de l'édition du manga au Japon le chiffre d'affaires généré par les ventes de livres a dépassé celui des magazines, compliquant ainsi l'activité de nombreuses publications périodiques spécialisées dans le manga. Chez Kôdansha, l'un des leaders du secteur et éditeur de plusieurs magazines de prépublication, seul *Shônen Magazine*, le fleuron fondé en 1959, est encore bénéficiaire. Tous les autres titres y compris *Young Magazine* qui fut longtemps une de ses valeurs sûres connaissent désormais des difficultés. Pour s'en sortir les éditeurs ne peuvent compter que sur les recettes obtenues par la vente des mangas sous forme de volume. Mais comme le soulignent de nombreux observateurs, les mangas qui cartonnent aujourd'hui ne paraissent pas forcément dans les principaux magazines des éditeurs. Toujours chez Kôdansha, le manga qui se vend aujourd'hui le mieux, *Shingeki no kyojin* de ISAYAMA Hajime (1,5 million d'exemplaires), n'est pas prépublié dans *Shônen Magazine*, mais dans *Bessatsu Shônen Magazine* apparu en 2009 et spécialisé dans les histoires fantastiques. Il en va de même pour *Les Vacances de Jésus et Bouddha* de NAKAMURA Hikaru qui paraissent non pas dans *Shûkan Morning*, mais dans le mensuel *Morning 2*. Seul *Shônen Jump*, l'hebdomadaire publié par *Shûeisha* est parvenu à limiter les dégâts. Il a certes perdu de sa superbe avec des ventes divisées par deux au cours de la dernière décennie, mais à la différence de ses concurrents, il attire encore des lecteurs réguliers grâce à des séries comme *One Piece*, son plus grand succès depuis des années. Il n'est pas étonnant que les personnages de *Bakuman*, mangaka en herbe, rêvent de pouvoir être publiés dans ce magazine. La prépublication reste encore aujourd'hui le passage obligé pour les auteurs, mais il est probable que dans les années à venir les choses évoluent encore. Chez les éditeurs, on scrute attentivement les chiffres de vente hebdomadaires pour savoir quelle série plaît ou pas pour la promouvoir ou l'éliminer. L'univers du manga est particulièrement dur et les éditeurs se montrent de plus en plus difficiles à satisfaire. Comme dans d'autres secteurs, ils veulent des résultats. Pour les mangaka, cela se traduit par un stress encore plus important. La réussite dans ce métier n'est pas assurée.

O. N.

HISTOIRE Seirindô : de Garo au Kojiki

Pour les amateurs de manga japonais, le nom de Seirindô est intimement lié au magazine Garo publié entre 1964 et 2002. La maison fut d'ailleurs fondée pour éditer ce mensuel qui a marqué l'histoire du manga (voir notre article p. 16 consacré à l'exposition que Zoom Japon organise pour lui rendre hommage). A tel point que le site Internet de l'éditeur ne porte pas le nom de Seirindô, mais celui de Garo. Créée en 1962 par NAGAI Katsuichi, la maison d'édition avait comme ambition de publier les œuvres de SHIRATO Sanpei, mangaka talentueux spécialisé dans les histoires de samouraïs dont les jeunes Japonais raffolaient à l'époque. La plupart de ses histoires étaient parues sous forme d'ouvrages de prêt que les lecteurs louaient dans des boutiques spécialisées (kashihonya) pour quelques yens. Mais à la fin des années 1950, le mode de distribution des mangas évolue et le pouvoir d'achat des Japonais leur permet désormais de se payer des mangas et des magazines. C'est pour s'adapter à ce bouleversement que Seirindô est fondée. Quelques mois plus tard, Garo apparaît et devient le fer de lance de l'éditeur. Comparé aux mastodontes du secteur (Kôdansha, Shôgakukan, Shûeisha), Seirindô est une minuscule entreprise, mais l'état d'esprit qui l'habite lui permet de séduire les plus grands talents de l'époque. Garo devient une référence. Mais cela ne suffit pas. Au fil des années, notamment à partir de la fin des années 1970, les ventes du magazine s'effondrent. Seirindô doit réviser ses ambitions et sera même obligé de mettre un terme à la publication de Garo. Même si l'éditeur a conservé ses idées plutôt progressistes, il cherche à assurer des rentrées d'argent en publiant des mangas historiques comme l'adaptation du Kojiki (voir Zoom Japon n°23 de septembre 2012) qui a connu un certain succès auprès du public.

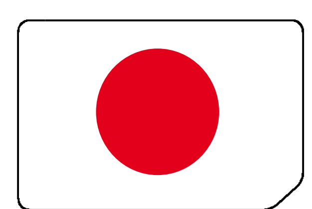


O. N.



Lycamobile
Appelez le monde pour moins cher







8 cts /min(1)



Recharges disponibles dans les points de vente
PANINI
MONOPRIX
Phone House
RELAY
phoneo



Lyca mobile
Appelez le monde pour moins cher



ZOOM
est sur
facebook



ZOOM JAPON

ÉVÉNEMENT *The Land of hope* à La Pagode

Dans le cadre de son ciné-club, *Zoom Japon* propose une avant-première du dernier film de SONO Sion en sa présence le 8 mars à 20h.

SONO Sion est un des cinéastes les plus intéressants que le cinéma japonais a révélé ces dernières années. Il s'est bâti une solide réputation, notamment à l'étranger, avec ses réalisations souvent fortes et parfois dérangeantes. Habitué des festivals, il prouve, film après film, que son talent n'est pas usurpé et qu'il appartient à cette catégorie de cinéastes qui refusent de se plier à une discipline ou un quelconque code de conduite. A l'instar d'un TOMITA Katsuya qui a dû s'en inspirer, il défend sa liberté de création et de choix. Pour lui, un film est un moyen de faire bouger les lignes, d'amener le spectateur à s'interroger sur le monde qui l'entoure. Profondément touché par les événements tragiques du 11 mars 2011, SONO Sion a voulu témoigner à sa manière du choc que le séisme et le tsunami ont provoqué dans son pays. Dans *Himizu*, sorti en 2011 et présenté au Festival de Venise la même année, il avait raconté le destin de deux jeunes adolescents au milieu du désastre naturel face auquel l'ensemble de la société attend de ses membres qu'elle ne fasse qu'un pour surmonter les problèmes. Pourtant ses personnages ne parviennent pas à participer à cet élan. Ils sont en rupture avec le monde qui les entoure et expriment leur colère dans un tourbillon magnifique et mis en scène avec brio par un cinéaste plus sensible que pourrait le laisser penser ses œuvres au premier abord. SONO Sion est un poète à fleur de peau qui rappelle le regretté WAKAMATSU Kôji. Son intérêt pour les événements de mars 2011 ne pouvait pas non plus se limiter à un seul film. "La réalisation du premier film a jeté les bases d'un second", expliquait-il lors de la sortie de *The Land of hope* (Kibô no kuni) en octobre dernier à Tôkyô. Pourtant il a bien failli ne pas voir le jour puisque dans un premier temps il n'a pas trouvé d'argent pour le financer. Il faut dire que le thème, le coût humain après un accident nucléaire du même type que celui qui a eu lieu à Fukushima, n'est pas de nature à enthousiasmer les producteurs dans un pays où "le sujet de l'énergie nucléaire reste tabou". Grâce en partie à de l'argent venu de Grande-Bretagne, SONO Sion a pu réaliser une œuvre qui se veut un manifeste dans lequel s'exprime une nouvelle fois une profonde colère. Il a voulu rapporter sous forme de fiction ce que les gens, victimes de la catastrophe, ressentaient au fond d'eux-mêmes sans qu'ils puissent réellement l'exprimer ouvertement dans les médias. Cette histoire de deux familles voisines arbitrairement séparées par une clôture qui marque la création d'une zone d'exclusion s'inspire de la réalité. "Une réalité pour le moins kafkaesque", souligne le cinéaste. C'est ce film que *Zoom Japon* vous invite à découvrir lors d'une avant-première exceptionnelle, le vendredi 8 mars à 20 h au cinéma La Pagode en présence du réalisateur qui expliquera sa démarche et répondra aux questions du public. Un rendez-vous d'autant plus fort qu'il se déroulera quasiment deux ans jour pour jour après la catastrophe. Nul doute que *The Land of hope* et son metteur en scène séduiront les spectateurs français.

ODAIRA NAMIHEI


Metropolitan Filmexport

The Land of Hope de SONO Sion sortira en France le 24 avril 2013.

PRATIQUE

THE LAND OF HOPE (KIBÔ NO KUNI) de SONO Sion. Vendredi 8 mars à 20h. 9,50€ (t.r. 7,50€). Réservation conseillée au 01 45 55 48 48. Cinéma La Pagode, 57bis rue de Babylone 75007 Paris - www.rendezvousaveclejapon.fr

PRIX ZOOM JAPON **Une cuvée exceptionnelle**

Pour la deuxième année, un jury composé de lecteurs de *Zoom Japon* a récompensé le meilleur roman et le meilleur manga.



Malgré le froid et la neige qui commençaient à poindre le bout de son nez, ils étaient tous là. Venus de Perpignan, Toulouse, Nantes et Paris, les quatre membres du jury 2013 du Prix Zoom Japon - deux femmes et deux hommes - étaient bien décidés à défendre leur choix. "Je sens que ça va être compliqué", a commencé à dire l'un d'entre eux, estimant que la qualité des ouvrages à départager donnerait lieu à des débats serrés. Conscients de devoir récompenser à la fois le travail d'écriture, de traduction et d'édition, ils avaient pris des notes sur chacun des livres qu'ils avaient lus tout au long de l'année, au total une soixantaine. Du roman historique au polar, en passant par la littérature pure, du *seinen* au *shônen* sans oublier le *shôjo*, les quatre lecteurs ont pu apprécier la diversité des titres publiés en France. Pour l'édition 2013, un nombre plus important d'éditeurs ont présenté leurs livres, ce qui a donc permis d'élargir les domaines et les styles. Comme en 2012, c'est par le manga que les discussions ont commencé. Au terme du premier tour de table, au cours duquel chaque juré devait donner une liste de ses quatre titres préférés, en justifiant son choix, une tendance en faveur de deux titres — *Les Enfants de la mer* de IGARASHI Daisuke (éd. Sarbacane) et *Anjin-san* de George Akiyama (éd. Le Lézard noir) — s'est dessinée. "La qualité de l'édition pour ces deux livres est remarquable. Ce sont deux très beaux objets", a rappelé Alisson originaire de Nantes. Ce que les autres membres du jury ont convenu. Mais c'est finalement le manga signé IGARASHI Daisuke qui a remporté les suffrages pour son graphisme et la poésie de son histoire extraordinaire, "étrange mais pas dérangeante". Côté littérature, les jurés ont également souligné la qualité des romans qu'ils ont été amenés à lire. Ils ont aimé la drôlerie d'un OKUDA Hideo dans *Les Remèdes du docteur Irabu* (éd. Wombat), ont été sensibles au réalisme de *La Fusée de Shitamachi* de IKEIDO Jun (éd. Books), et ont apprécié l'écriture et le style de ISAKA Kôtarô dans *Pierrot la gravité* (éd. Philippe Picquier), déjà récompensé par le Prix Zoom Japon en 2012 avec *La Prière d'Audubon* (éd. Philippe Picquier). Mais c'est NAKAMURA Fuminori et son *Pickpocket* (éd. Philippe Picquier) qui a finalement été choisi. La fluidité du texte, la traduction exemplaire et une histoire qui "happe littéralement le lecteur" ont été les arguments déterminants pour le jury. Les deux prix seront remis, le 25 mars prochain, lors d'une cérémonie au Salon du livre de Paris.

GABRIEL BERNARD

RÉFÉRENCES

LES ENFANTS DE LA MER (KAIJÛ NO KODOMO) de IGARASHI Daisuke, trad. par Victoria-Tomoko Okada, éd. Sarbacane, 15€
PICKPOCKET (SURI) de NAKAMURA Fuminori, trad. par Myriam Dartois-Ako, éd. Philippe Picquier, 17,50€

STRATÉGIE **Tout pour la musique**

Après avoir fait de l'exportation du manga et de l'animation une de leurs priorités, les autorités misent sur l'industrie musicale.



DR

Kyary Pamyu Pamyu, valeur sûre de la scène musicale japonaise à l'exportation

Début février, une des grandes chaînes privées de télévision japonaise consacrait un long reportage à la présence en France de Kyary Pamyu Pamyu, la chanteuse qui incarne sans doute le mieux aujourd'hui la montée en puissance de la musique japonaise à l'étranger. La jeune femme, telle une grande vedette internationale, a suscité l'enthousiasme du public venu nombreux l'applaudir à La Cigale. Sa présence à Paris coïncide avec le désir des autorités japonaises de faire de la musique une nouvelle arme d'exportation massive après le manga et les films d'animation. L'Organisation japonaise du commerce extérieur (Jetro) contribue activement à la promotion de l'industrie musicale nippone depuis plusieurs années comme le confirme WATANABE Shigenobu, son directeur-général adjoint en France. *"Nous apportons particulièrement notre soutien à l'industrie créative pour développer des canaux de vente sur les marchés étrangers. La participation au Midem qui a eu lieu à Cannes en janvier 2013 constitue une des facettes de notre engagement aux côtés des professionnels japonais pour qu'ils puissent avoir une meilleure reconnaissance au niveau international. Le Midem est un des plus grands salons de la musique dans le monde et des professionnels du monde entier s'y rendent. De plus, la France apprécie la culture populaire japonaise comme le montre le succès de la Japan Expo. Elle a en outre une grande capacité de diffusion culturelle et une influence importante sur le marché mondial. Nous pensons que notre participation au Midem est une mission importante et notre réussite à ce salon l'est tout autant"*, explique-t-il. Cet engagement public satisfait les entreprises japonaises qui commencent à saisir toute l'importance d'être présentes sur des marchés extérieurs dans la mesure où la tendance est à la baisse au niveau local. En 2002, l'industrie musicale générait un revenu annuel de 481,5 milliards de yens. Dix ans plus tard, il atteint péniblement les 282 milliards. Evidemment, le Japon n'est pas le seul pays à connaître cette évolution, mais à la différence des Anglo-Saxons, par exemple, les musiciens japonais restent encore discrets à l'étranger. *"C'est très important pour nous de pouvoir compter sur le soutien des autorités japonaises dans notre démarche pour mieux faire connaître les artistes japonais dans le reste du monde"*, assure MATSUI Sôta, l'un des représentants du label Hats Unlimited, présent sur le stand du Japon au Midem. Cela permet notamment de promouvoir les collaborations entre artistes nippons et étrangers. *"Nous discutons actuellement avec Warner Music France pour le violoniste HAKASE Tarô et le ténor Amaury Vassili qui travaillent ensemble"*, ajoute-t-il satisfait des perspectives qui s'offrent à son entreprise dans le domaine de la promotion des artistes japonais. Il reconnaît que sa société est peut-être mieux placée que les autres dans la mesure où elle ne représente que des musiciens. La barrière de la langue peut être encore un obstacle. Pour WATANABE Shigenobu du Jetro, l'important est de mettre en avant des artistes de qualité et c'est cela qui permettra de gagner des parts de marché. *"Dans le domaine musical, le Japon propose une musique attractive et raffinée avec un grand éventail de styles. De la pop au rock, en passant par le jazz ou la musique tirée des génériques de dessins animés, l'offre est grande. Même si certaines musiques sont populaires à l'étranger, la production musicale made in Japan reste encore un marché de niche. C'est pourquoi, dans le cadre de la stratégie plus globale de notre politique de promotion du Cool Japan, nous entendons poursuivre nos efforts pour lui permettre d'être encore plus diffusée dans le reste du monde"*. Un volontarisme qui devrait satisfaire Kyary Pamyu Pamyu laquelle pourra peut-être un jour remplir Bercy.

O. N. AVEC YAMADA YÔKO

CINÉMA **Takuya au pays du sumo**

Le 13 mars sort en salles l'excellent documentaire de Jill Coulon consacré à l'univers des lutteurs. A ne pas manquer.

Originaire d'Asahikawa, à Hokkaidô, OGUSHI Takuya est un lycéen comme les autres, du moins en apparence. Le jeune homme, comme bon nombre de ses camarades, se projette dans l'avenir. Athlétique, il rêve de devenir judoka, mais son père en décide autrement. A 18 ans au Japon, on n'est toujours pas majeur et la parole du paternel a son importance d'autant plus que Takuya n'a plus sa mère et que sa sœur aînée a déjà quitté le foyer. "Il n'y a plus de place pour toi à la maison", lui dit son père remarié, en le poussant à intégrer une écurie de sumo. L'honneur de la famille est en jeu et il ajoute : "Ne t'avise pas à échouer". Takuya s'embarque alors pour un long voyage qui va le conduire à Tôkyô où il doit rejoindre l'écurie Ôshima Beya dont l'entraîneur vient lui aussi d'Asahikawa. Du jour au lendemain, une énorme responsabilité s'abat sur les épaules de Takuya qui a non seulement pour mission de devenir lutteur de sumo mais surtout de ne pas déshonorer le nom de sa famille. Dès les premières scènes du film de Jill Coulon, le spectateur peut sentir la pression qui s'exerce autour de Takuya qui n'a pas d'autre alternative que d'accepter de relever ce défi incroyable. C'est d'ailleurs toute la qualité de ce documentaire qui mise sur le parcours du jeune homme, sa capacité à s'adapter à sa nouvelle vie dans un environnement qui n'a plus rien à voir avec ce qu'il connaissait à Asahikawa, ville tranquille au cœur de Hokkaidô. On aurait pu tomber sur un film classique destiné à présenter le sumo à un public d'Occidentaux curieux de voir "ces combats de types obèses aux chignons gominés" comme les avaient présentés un certain Nicolas Sarkozy en 2004, un film bourré de clichés et de stéréotypes sur le Japon idéalisé ou rêvé en Occident. Bien au contraire, Jill Coulon propose un documentaire éblouissant de vérité et plein de sensibilité sur cet univers si particulier. La rencontre avec Takuya n'est bien sûr pas étrangère à cette réussite cinématographique dans la mesure où le jeune homme ne correspond en rien au lutteur de sumo ordinaire. D'une part, il n'a pas choisi lui-même d'en devenir un. D'autre part, il est loin d'avoir le physique de l'emploi. Pour remplir la mission que lui a confiée son père, il va devoir faire preuve de persévérance. C'est d'ailleurs le sens du sous-titre du film qui apparaît sur l'affiche sous la forme des deux caractères chinois *shinbô* (persévérance). Il s'agit là d'un énorme défi pour le jeune homme qui se retrouve confronté à un monde où les règles sont totalement différentes de la vie ordinaire. Jill Coulon a suivi avec sa caméra cette initiation difficile au sein d'une structure très hiérarchisée où la parole est quasi absente. La performance de la réalisatrice est de mettre le spectateur dans une position privilégiée pour observer le fonctionnement de l'écurie sans pour autant que cela s'apparente à du voyeurisme. Les différents protagonistes ont fini par oublier la présence de la caméra, ce qui contribue à les humaniser davantage. On comprend mieux ainsi les difficultés que Takuya doit surmonter pour devenir un lutteur digne de ce nom. On a parfois tendance à s'identifier à lui et à saisir ces moments de doute qui le traversent. La confiance qui s'est aussi installée entre la cinéaste et le jeune lutteur renforce aussi la cohésion du propos. Elle a permis à Jill Coulon d'échapper aux classiques interviews que l'on retrouve souvent dans ce genre de film pour se concentrer sur l'observation. La réalisatrice est en quelque sorte la petite souris que l'on évoque lorsqu'on souhaite accéder à un endroit qui nous est interdit. Elle préfère parler de journal intime auquel elle a pu avoir accès. Le sumo devient alors un prétexte pour appréhender le passage de l'adolescence à l'âge adulte. On ne peut donc que recommander d'aller voir en famille *Tu seras sumo*, surtout si ses enfants sont des adolescents. Le film n'apporte pas de réponse aux questions liées à ce moment si particulier de la vie, mais il témoigne avec sensibilité et subtilité de la façon dont on peut les aborder. Une belle histoire à laquelle on se sent rapidement partie prenante. Une jolie réussite pour Jill Coulon et assurément une des belles surprises de ce début d'année. C'est en tout cas le coup de cœur de Zoom Japon. En salles le 13 mars 2013.

G. B.



ÉVÉNEMENT

TU SERAS SUMO (SHINBÔ) de Jill Coulon. 83 mn. Produit par Thomas Balmès, Patrick Winocour et Ryota Kotani.
www.tuserassumo-lefilm.com

EXPOSITION Garo au Salon du livre de Paris

***Zoom Japon* propose un rendez-vous exceptionnel avec l'histoire du manga et celle du Japon contemporain.**

Les Français sont après les Japonais les plus grands consommateurs de mangas. Malgré un certain tassement du marché depuis deux ans, les amateurs restent nombreux. Pourtant, on peut regretter une méconnaissance de l'histoire de ce mode d'expression qui a connu son développement le plus important à la fin des années 1950. Pour aider à une meilleure appréhension du manga, *Zoom Japon* organise, dans le cadre du Salon du livre de Paris qui se déroule du 22 au 25 mars 2013, une grande exposition autour du magazine de manga Garo. Fondé en 1964, ce mensuel s'est imposé comme l'une des principales plates-formes d'expression pour les mangaka les plus talentueux de l'époque. Intitulé *Garo : une histoire dans l'histoire*, ce rendez-vous exceptionnel sera l'occasion non seulement de raconter le destin de cette publication, mais aussi de la replacer à la fois dans le contexte historique de l'archipel et dans l'histoire du manga lui-même. S'appuyant sur une collection unique en France de *Garo*, l'exposition présentera de nombreux exemplaires du magazine afin d'illustrer la diversité des talents qui y ont participé notamment au cours des dix premières années de son existence.

Le point de départ est 1959 avec l'apparition des deux premiers magazines de manga vendus en kiosque. *Shônen Magazine* et *Shônen Sunday* marquent ainsi un tournant décisif dans l'évolution du marché des médias au Japon. Pour la première fois en France, les premiers numéros de ces magazines seront présentés au public. De même, les visiteurs de l'exposition pourront découvrir le premier numéro de l'hebdomadaire *Asahi Journal*. Ce magazine d'information générale paraît aussi pour la première fois en 1959. Ancré à gauche, il sera la référence des fondateurs de *Garo* dont l'ambition sera de créer un magazine de mangas pour les jeunes orientés à gauche. Pour s'en convaincre, il suffit d'observer la couverture du premier numéro de *Garo* et de la comparer à celui d'*Asahi Journal* pour comprendre la similitude. Créé pour accueillir *Kamui-den* [La Légende de Kamui, éd. Kana], l'œuvre magistrale de SHIRATO Sanpei qui s'interroge sur le fonctionnement de la société nippone au travers d'un récit se déroulant pendant la période féodale, *Garo* est d'une certaine façon un mensuel militant. Bon nombre des mangaka qui vont s'y produire (MIZUKI Shigeru, TSUGE Yoshiharu, TATSUMI Yoshihiro, HAYASHI Seiichi, KATSUMATA Susumu) publient des œuvres engagées tant sur le plan de la forme que celui du fond. Les premières années de vie de *Garo* correspondent à un moment crucial dans l'histoire du Japon d'après-guerre. Le pays a retrouvé des couleurs sur le plan économique. Il s'apprête à devenir la troisième puissance économique de la planète. Mais le géant économique est aussi un nain politique inféodé aux Etats-Unis, ce qui provoque la colère d'une partie de la société nippone qui conteste notamment la guerre du Vietnam et l'utilisation des bases américaines au Japon comme soutien aux opérations menées en Indochine. *Garo* s'en fait l'écho dans les mangas publiés, mais aussi dans les textes qui apparaissent entre les différentes histoires. Des intellectuels choisissent *Garo* pour s'exprimer, c'est ce qui explique en grande partie l'influence considérable du mensuel en dépit d'une diffusion relativement faible. A l'apogée de sa gloire à la fin des années 1960, *Garo* a un tirage de 80 000 exemplaires. La qualité des œuvres qu'on y trouve incite des éditeurs plus importants que la modeste maison d'édition Seirindô à lancer des magazines concurrents. Même TEZUKA Osamu, le père du manga moderne, se sent obligé, en 1967, de créer *COM* pour rivaliser avec *Garo*. Les visiteurs de l'exposition pourront également observer le premier numéro de *COM*, mais également les numéros uns de la plupart des magazines de manga qui apparaissent à cette période (Shûkan Manga Action, Shônen Jump, Big Comic, Shônen Champion). Une première en France que *Zoom Japon* est fier de présenter. L'arrivée de ces nouvelles publications sonnent le glas de *Garo* dans la mesure où, dès le début des années 1970, le pays se normalise et la jeunesse contestataire s'assagit pour profiter pleinement des bienfaits du développement économique. Le manga de masse prend peu à peu l'ascendant sur le manga "expérimental" signé *Garo*. C'est ce que vous pourrez découvrir au Salon du livre. Des visites guidées gratuites seront proposées pendant la durée de l'exposition.

O. N.



Garo (à droite) s'inspire largement de la maquette de l'Asahi Journal (à gauche) publié cinq ans auparavant.

Collection Claude Leblanc

ÉVÉNEMENT

GARO, UNE HISTOIRE DANS L'HISTOIRE Du 22 au 25 mars 2013 au Salon du livre de Paris. Stand Y22.
www.salondulivreparis.com



LES·CERISIERS
FLEURISSENT
MALGRÉ·TOUT
Japon, 11 Mars 2011, un tremblement de terre,
un tsunami, Fukushima.
Est-il possible de faire des projets après cela ?
Quand une promesse devient hommage.
MADE IN
www.kana.fr


SEFA
ジャパンエキスポ
Japan Expo
14e IMPACT
LE FESTIVAL DES LOISIRS JAPONAIS
4 ▸ 7 JUILLET 2013
PARC DES EXPOSITIONS DE
PARIS-NORD VILLEPINTE
www.japan-expo.com
MANGA • ANIME • MODE • MUSIQUE • CINÉMA • JEUX VIDÉO • CULTURE POPULAIRE • ARTS MARTIAUX • TRADITIONS
ACCÈS ▶ RER B - Station Parc des Expositions • Autoroute A1 ou A3, puis A104 - Sortie 2 : Parc des Expositions (accès visiteurs)
HORAIRES D'OUVERTURE ▶ 10h - 19h (tous les jours) TARIFS ▶ Jeudi : 10€ • Vendredi : 12€ • Samedi : 17€ • Dimanche : 14€ • Forfait 4 jours : 40,5€
RÉSEAU FNAC : FNAC, Carrefour, Géant, Le Bon Marché, Système U - 0 892 684 694 (0,34€/min) - www.fnac.com • Location Belgique : FNAC - 0 900 00 600 (0,45€/min) - www.fnac.be
RÉSEAU TICKETNET : Auchan, Cora, Cultura, E.Leclerc, Virgin Megastore - 0 892 390 100 (0,34€ TTC/min) - www.ticketnet.fr
TICKETS EN PRÉVENTE OU EN VENTE À L'ENTRÉE DU FESTIVAL
fnac.com
JAL
JAPAN AIRLINES
NOLIFE
GAME ONE
Illustration : Aurore • © 2012-2013 SEFA EVENT • Tous droits réservés
SEFA EVENT-EURL au capital de 100 000€ • 493 919 146 RCS BOBIGNY

LANGUE Petits exercices de diction nippons

Lorsque les Japonais bafouillent, ils "se mordent la langue" (shita o kamu). Quelques révélations s'imposent.

Confondant, le japonais l'est parfois sans égard pour le jeune apprenant aussi fougueux que crédule. Phonétiquement pauvre, la langue japonaise compte un nombre d'homonymes pour le moins impressionnant. Pour s'en convaincre, il suffit par exemple de consulter le Kôjien (広辞苑 : dictionnaire de référence de la langue japonaise) et de s'arrêter à *kikan* (きかん). On décompte en effet pour ce terme pas moins de 24 entrées et autant de sens différents. Hormis la prononciation, il n'y a aucun point commun entre 期間 (période), 季刊 (publication trimestrielle) ou encore 帰還 (rapatriement). La seule façon de faire la distinction, c'est le recours aux *kanji* et au sens qu'ils véhiculent. A l'oral, les caractères chinois ne sont bien sûr d'aucune aide et c'est le contexte qui lève les doutes, mais il arrive toutefois qu'il faille parfois expliquer que par exemple le "kikan" dont on veut parler s'écrit avec le "ki" de 季節 (*kisetsu* / saison). C'est qu'il existe quand même environ 200 *kanji* à pouvoir se prononcer "ki", et que la culture des sous-entendus (et donc des malentendus) qu'entretiennent viscéralement les Japonais n'empêche qu'il faille parfois donner un petit coup de pouce au cerveau dans ce choix dont il n'a que l'embarras.

La pie niche haut. L'oie niche bas. Où l'hibou niche? L'hibou niche ni haut ni bas. L'hibou niche pas. Mais encore : *Mur gâté, trou s'y fit, rat s'y mit, chat l'y vit, chat l'y prit.* En français, cela s'appelle des trompe-oreilles. Des répliques dont le sens ne surgit qu'une fois que l'orthographe est connu, débarrassant l'oreille de tous quiproquos phonétiques malencontreux, malentendus, malvenus. Riche de ses réitérations phoniques, la langue japonaise n'est pas en reste avec ce qu'elle appelle les *hayakuchi kotoba* (早口言葉), ces "mots qui se disent vite". Il en existe toute une flopée et sont, pour celui qui cherche à rendre plus limpide son parler nippon, un moyen amusant, sinon efficace, de travailler sa prononciation. Exemples :

> **隣の客はよく柿食う客だ。**
> *Tonari no kyaku wa yoku kaki kuu kyaku da.*
> Le client d'à côté est un client qui mange beaucoup de kakis.

> **庭には二羽鶏がいる。**
> *Niwa ni wa ni wa niwatori ga iru.*
> Il y a deux poules dans le jardin.

Ces innombrables fourchelangues sont devenus au Japon un critère de qualité pour toutes les applications de reconnaissance vocale. Et pour ceux que l'exercice tente, une application leur est entièrement dédiée : *Hayakuchi kotoba training* (早口言葉トレーニング / 170 yens sur l'App Store japonais) avec une classification par niveau de difficulté. Un outil de plus dans l'exploration d'une langue qu'il convient de bien connaître pour éviter de se retrouver coincé au portillon.

PIERRE FERRAGUT

PRATIQUE

LE MOT DU MOIS

驚く (odoroku) : être surpris, s'étonner

彼の話す早さに驚いた。

Kare no hanasu hayasa ni odoroita.

J'ai été surpris par la vitesse avec laquelle il parle.

PIPO AU JAPON

Confondant









Les sushis et les maki pour les nuls

Se lancer dans la réalisation de sushis est une opération que nous sommes nombreux à ne pas entreprendre. La crainte de ne pas savoir découper convenablement le poisson, la peur de rater la cuisson du riz ou encore son assaisonnement nous conduisent bien souvent à renoncer et à nous tourner vers ses nombreuses boutiques qui livrent en quelques minutes du poisson cru qui n'est malheureusement pas toujours à la hauteur de nos attentes. Aussi faut-il dépasser ses réticences pour se lancer dans la préparation de sushis. OKUNO Matoko, qui a déjà publié plusieurs ouvrages sur le sujet, propose une nouvelle édition de son guide de préparation simple grâce auquel même le débutant le plus maladroit pourra réussir à faire ses sushis et autres maki. Des conseils pratiques et des explications accompagnées de nombreuses photographies apportent les bases indispensables à la réalisation de délicieuses bouchées.



Sushis, de OKUNO Motoko, trad. par Lelia Sakai-Yajima, éd. Solar, 2013, 5,95€.

RESTAURANT Wakaba joue dans la cour des grands

Ouvert en novembre 2012, l'établissement dirigé par YAMADA Yukihiro et le chef Kawamoto Mitsuo en impose déjà.

Installé à Paris depuis 1974, YAMADA Yukihiro, 64 ans, est en quelque sorte un vétéran de la communauté japonaise à Paris. Mais cet homme passionné ne manque pas de dynamisme et il vient d'ouvrir dans le 7ème arrondissement de Paris un restaurant baptisé Wakaba. Ce nom qui signifie “feuille tendre” traduit parfaitement l'état d'esprit de ce personnage qui a roulé sa bosse d'Ôsaka à Paris avec l'envie permanente de bâtir de nouvelles choses. Après des études d'anglais à la Sorbonne et toujours intéressé par les langues étrangères il monte uns société de traduction puis une entreprise de traitements d'images informatiques. Ce touche-à-tout a néanmoins toujours entretenu une passion pour la cuisine, ce qui l'a conduit à travailler pendant plusieurs années au sein du restaurant Kinugawa, à Paris, l'une des meilleures tables nippones de la capitale avant que celui-ci ne ferme. Voilà pourquoi, il a choisi de continuer, en lançant son propre restaurant avec la complicité de KAWAMOTO Mitsuo lui aussi ancien de Kinugawa. Avant de s'installer en France, KAWAMOTO Mitsuo a travaillé comme chef dans l'un des grands établissements de Kyôto, apportant ainsi avec lui tout le raffinement de cette cuisine si réputée pour sa subtilité et le soin apporté au dressage. Mais pour les deux amis, il ne s'agissait pas d'ouvrir un restaurant inabordable. Qualité et raffinement ne signifient pas pour eux addition salée. Pour preuve, leur menu du midi à 20 euros qui se compose de quatre plats à commencer par des amuse-bouches joliment présentés et fort appétissants. Il y a ensuite l'étuvée de navet à la coquille St-Jacques ou à la crevette (kabura-mushi), une salade fine, une demi-aubergine à la sauce aigre-douce *dengaku-miso*, du saumon ou du poulet grillé, des sushis, du sashimi ou des tempura au choix. Préparé avec soin et avec des produits frais, ce menu est un vrai régal. Les plus gourmands peuvent se lancer dans la découverte d'autres plats concoctés par ces chefs. Un menu à 45 euros avec 6 plats, un autre à 80 euros avec 10 plats et celui à 90 euros avec 15 plats devraient leur permettre de satisfaire leur désir de déguster une cuisine de qualité. Reste à prendre son temps pour l'apprécier. C'est le regret de M. YAMADA qui voit des clients de plus en plus pressés alors que sa cuisine demande que l'on temporise un peu entre chaque plat pour en saisir toutes les saveurs. La carte des sake est aussi intéressante et devrait ravir les amateurs. Il est donc probable que Wakaba devienne rapidement une adresse incontournable à Paris.



Ozawa Kimie

OZAWA KIMIE

PRATIQUE



S'Y RENDRE **20, rue de l'Exposition 75007 Paris. Tél. 01 45 51 90 81 - Ouvert de 12h à 14h et de 19h à 22h30. Fermé le lundi.**

ZOOM GOURMAND

LA RECETTE DE YUKIHIRO, chef de Wakaba

Poitrine de porc à la vapeur
(Buta no mushini)

Arrivé au Japon au milieu du VIème siècle, le bouddhisme a beaucoup influencé la culture alimentaire japonaise. Sa diffusion dans l'archipel a conduit, en 676, l'empereur Tenmu à interdire la consommation de viande. Ce n'est qu'à partir de l'arrivée des missionnaires portugais et espagnols que la viande fut à nouveau servie et consommée avec de la sauce soja. Mais elle restait un luxe. Préparée à l'occasion de grandes fêtes, elle était également donnée aux malades pour favoriser leur rétablissement. La majeure partie des Japonais n'y ont donc pas droit. Ils devront attendre la fin du XIXème siècle pour que la viande fasse partie intégrante de leur alimentation. Le porc ou le bœuf deviennent des aliments accessibles et sont accommodés avec de la sauce de soja ou encore du miso (pâte de soja fermenté). C'est à cette époque que les Japonais découvrent le *tonkatsu* (porc pané) qui va peu à peu s'imposer comme l'un de leur plat favori. La viande grillée (yakiniku) que l'on trempe ensuite dans différentes sauces est aussi un plat dont les Japonais raffolent de plus en plus. Les éleveurs de cochons ou de bœufs voient prospérer leurs affaires. Certaines régions - Kôbe, Hida-Takayama, Wakayama - deviennent célèbres grâce à la qualité de leur viande de bœuf tandis que Kagoshima se distingue grâce à son porc. Pour la viande de cheval, on se tourne vers Kumamoto et à Hokkaidô, on apprécie la viande de mouton servie dans un plat baptisé Gengis Khan. Au cours des dernières décennies, la viande a peu à peu taillé des croupières au poisson.

INGRÉDIENTS (pour 2 personnes)


Wakaba

250g de poitrine de porc
2 à 3 feuilles de chou chinois
Un peu de gingembre rapé.

Pour la sauce
5 cuillères à soupe d'eau
2 cuillères à soupe de sauce de soja
1 cuillère à soupe de mirin
1 cuillère à café de sucre
Un peu de fécule

PRÉPARATION

1 - Dans une grande casserole, mettre un peu d'eau et poser une assiette sur laquelle poser les feuilles de chou chinois et puis le morceau de la poitrine de porc avec la peau ou sans peau. **2** - Cuire à couvert environ 20 minutes. **3** - Entretemps, préparer la sauce dans une casserole. Il faut diluer le fécule avec de l'eau, y ajouter la sauce de soja, le mirin et le sucre, bien les mélanger et bouillir. **4** - Quand la poitrine est cuite, couper la viande en tranche. **5** - Couper le chou chinois grossièrement et poser les tranches de poitrine dessus. **6** - Verser la sauce sur la viande. **7** - Disposer un peu de gingembre rapé au bord de l'assiette pour l'ajouter ensuite à la sauce.


Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

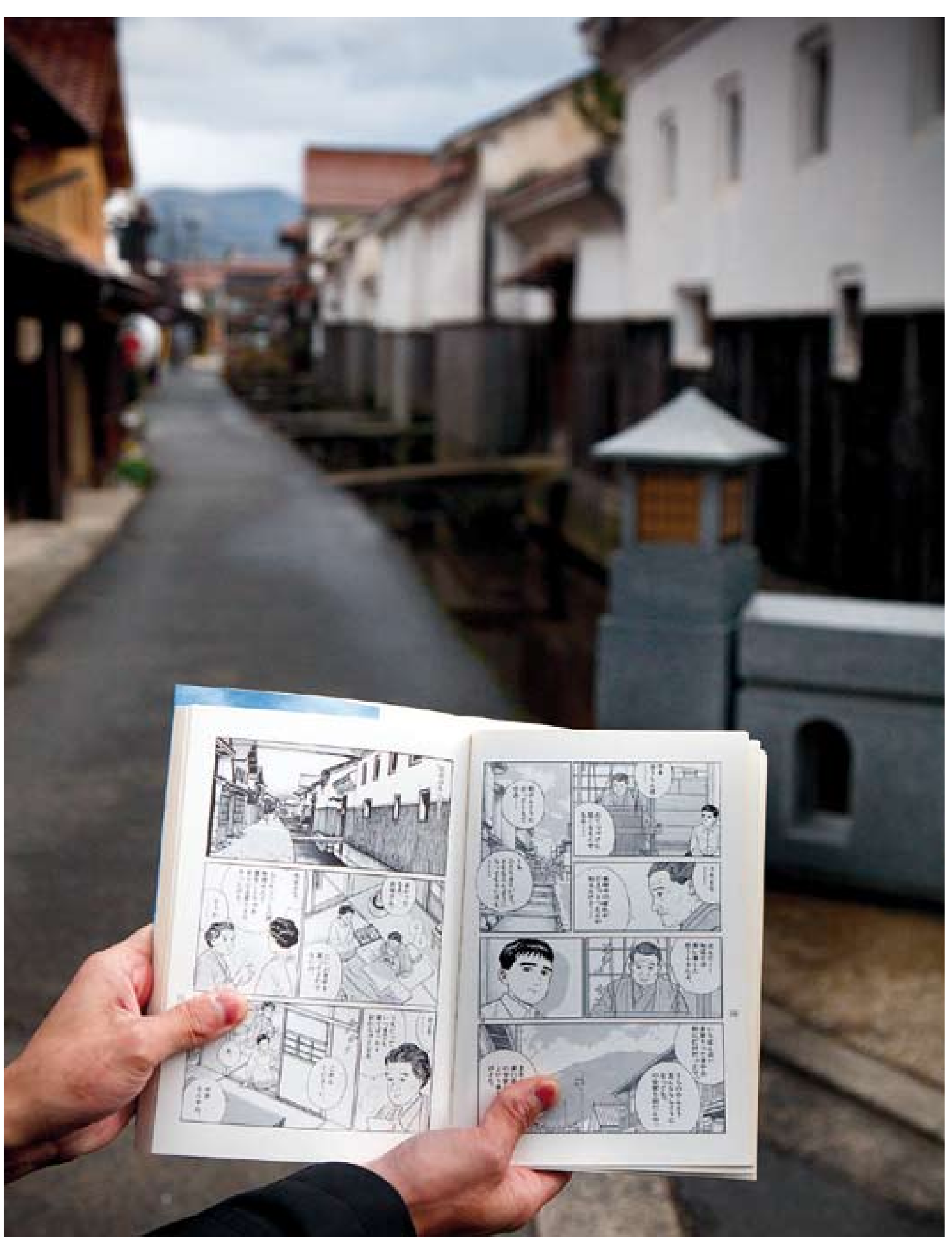
Le quartier de Bikan à Kurashiki est très apprécié pour son atmosphère romantique à la tombée de la nuit.

PATRIMOINE **Une plongée au cœur du temps**

Plutôt que de se rendre dans les grands centres historiques, *Zoom Japon* vous convie à découvrir des lieux moins connus.

Les amateurs d'histoire et de vieilles pierres sont parfois déçus par le Japon parce que les guides touristiques se concentrent la plupart du temps sur les temples et les sanctuaires qui ont passé les siècles malgré les catastrophes naturelles et les incendies ou sur les châteaux impressionnants par leur architecture, mais qui, pour la plupart, ne sont que des reconstructions récentes dans la mesure où ils ont été détruits à la fin du XIXème siècle lors de la phase de modernisation du pays ou lors des bombardements américains pendant la Seconde Guerre mondiale. Voilà pourquoi Himeji et son château du XVIIème siècle classé Trésor national (voir Zoom Japon n°4, octobre 2010), Kyôto (voir Zoom Japon n°22, juillet-août 2012)ou encore Nara (voir Zoom Japon n°1, juin 2010) avec leurs innombrables temples inscrits au Patrimoine mondial de l'Unesco sont les principales destinations pour ceux qui souhaitent se replonger dans l'histoire ancienne du Japon. Ailleurs, les affres de la guerre ou la course à la croissance ont eu raison des quartiers anciens qui fleuraient bon ce Japon des films de samouraïs avec ces rues commerçantes et leur agitation quotidienne. C'est du moins ce que l'on peut croire si l'on ne cherche pas à sortir des sentiers battus. Il reste en effet, ça et là, des espaces qui ont échappé au tragique destin que l'histoire moderne et contemporaine a réservé à la plupart des zones urbaines bâties à l'époque d'Edo (1603-1868). Beaucoup de Japonais qui ont la nostalgie de cette période se rendent aux studios de la Tôei, *Uzumasa Eigamura*, situés à Kyôto pour se replonger dans cette atmosphère. Mais il s'agit de décors de cinéma, certes encore utilisés, mais l'illusion ne dure pas longtemps même si l'on peut admirer une réplique grandeur nature du fameux pont de Nihonbashi qui était au XVIIème siècle le point de départ de toutes les routes japonaises. La visite de ces studios vaut néanmoins le détour dans la mesure où l'on peut assister en direct au tournage de certaines séries historiques. Mais pour avoir un contact plus réel avec l'architecture en vogue dans ce Japon des siècles passés, il suffit de prendre le train à Nara en direction du sud. A une vingtaine de kilomètres sur la ligne Kashihara exploitée par la com-

pagnie Kintetsu (descendre à Yagi Nishiguchi) ou sur la ligne JR Sakurai (descendre à Unebi), se trouve le quartier d'Imai (Imaichô) qui regroupe quelque 600 demeures construites dans leur grande majorité au XVIIème siècle. La plus ancienne, la maison de la famille Imanishi, date de 1650. Imposante, elle est une très belle illustration de l'architecture de l'époque. Elle se situe à l'extrémité est du quartier à proximité de la maison de la famille Toyoda dont la construction remonte à 1662. Propriété d'un négociant en bois, elle est caractéristique de ces bâtisses qui servaient à la fois de maison d'habitation et de magasin. On peut la visiter et ainsi découvrir une architecture impressionnante et étonnante. Il y a d'abord la cour intérieure couverte où était installée la cuisine. En pénétrant dans la maison, le magasin (mise) est tout de suite sur la gauche. A l'époque, les affaires se traîtaient autour d'un bol de thé et les clients se déchaussaient pour venir discuter des prix et des quantités avec le patron. Ce dernier, qui devait être un excellent commerçant, s'était fait aménager une pièce dans laquelle il pouvait s'enfermer pour compter les recettes du jour et y dormir pour les protéger. Dotée d'une porte en bois à fermeture automatique (qui fonctionne encore), cette pièce étonnante sans fenêtre pour éviter les cambrioleurs était réservée au seul propriétaire des lieux. Même son épouse ne pouvait pas y pénétrer. D'autres maisons de ce type sont ouvertes au public. Elles sont en général grandes et illustrent la richesse de ce quartier qui est devenu le centre commercial de la région. La promenade dans les rues étroites d'Imaichô est des plus agréables. On remarque notamment qu'elles ne sont jamais très longues. Souvent coupées par d'autres ruelles, ces passages ont ainsi été conçus pour éviter au maximum les embuscades. L'intérêt de la promenade est aussi d'observer les toits avec leurs magnifiques ornements. Depuis quelques années, les autorités font de gros efforts pour redonner vie à ce quartier et lui permettre de retrouver son atmosphère originale. Ils ont ainsi enterré les fils électriques qui polluaient le paysage, rendant à Imai-



Pour visiter Kurayoshi, certains visiteurs se promènent avec comme guide Quartiers lointains de Taniguchi Jirô.

Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

chô son cachet. Pour profiter pleinement de l'atmosphère tranquille de ce lieu, rien ne vaut d'y passer une nuit ou deux. Une association propose de louer au touriste une de ses fameuses maisons anciennes entièrement rénovée. Baptisée Imaian Raku, cette demeure offre tout le confort au cœur de ce magnifique quartier. Pour 10 000 yens la nuit (15 000 yens les deux nuits), le jeu en vaut la chandelle. Seul bémol, il n'existe pas pour l'instant de version en langue étrangère du site de présentation (http://web1.kcn.jp/imaisaisei-net/raku/). Néanmoins, grâce aux outils de traduction automatique disponibles sur la Toile, il est assez facile de comprendre les informations mises en ligne.

A Kurashiki, le visiteur étranger rencontrera moins de difficultés linguistiques. La ville, qui compte près d'un demi million d'âmes, est bien plus habituée à recevoir des hôtes venus des quatre coins du monde pour admirer notamment son quartier de Bikan. A 25 kilomètres d'Okayama, sur la ligne JR Sanyô, Kurashiki possède en effet un quartier historique qui a conservé sa beauté d'antan avec de belles bâtisses aux murs blancs. Traversé par un canal, il est la principale attraction de la ville qui a connu son âge d'or grâce au transport de marchandises qui transitaient par cette fameuse voie d'eau. Si l'avènement du train l'a privée d'une grande partie de ses revenus liés au commerce, la ville a néanmoins bénéficié du transport ferroviaire qui lui apporte tout au long de l'année des dizaines de milliers de touristes. On est loin de la tranquilité d'Imaichô, mais le quartier de Bikan ne manque pas de charme avec ses boutiques, ses restaurants et ses musées. Parmi eux, il faut absolument visiter le musée Ôhara dont l'étonnante façade néoclassique détone au milieu des demeures de l'époque d'Edo. Fondé par un richissime entrepreneur, cet établissement abrite une collection de chefs-d'œuvre occidentaux signés Picasso, Monet, Matisse ou encore Rodin. Pour ceux qui préfèrent se concentrer sur l'art japonais, le quartier de Bikan abrite le musée d'art populaire (mingei) de Kurashiki, l'un des plus riches de l'archipel en la matière. Il est surtout agréable de s'y promener le soir. Les bords du canal arborés s'illuminent alors et donnent à l'ensemble une atmosphère romantique à laquelle peu de personnes parviennent à résister. On croise ainsi des couples plus ou moins jeunes qui profitent de ces instants pour se retrouver. Les jeunes mariés viennent y faire des photos qui rempliront les premières pages de leur album. Dans les rues perpendiculaires ou parallèles au canal, les restaurants sont nombreux et proposent des menus variés qui satisferont toutes les bourses et toutes les envies. Pour l'hébergement, Kurashiki dispose de toutes les catégories d'hôtels. Néanmoins, si l'on veut profiter au maximum de l'ambiance qui règne dans le quartier de Bikan, une nuit dans l'auberge traditionnelle (ryokan) Yoshii s'impose. Les prix pratiqués ne sont pas ceux d'une auberge de jeunesse, mais le service et la qualité des prestations sont à la hauteur des 25 200 yens (dîner et petit-déjeuner compris) que coûte la chambre. L'établissement fréquenté en son temps par SAKAMOTO Ryôma, héros tragique des débuts de la modernisation du Japon à la fin du XIX[ème] siècle, attire bien entendu les fans (et ils sont très nombreux) de ce personnage historique.


DR

Les toits d'Imaichô constituent l'une des curiosités les plus intéressantes.

Moins connu dans l'archipel, le mangaka TANIGUCHI Jirô, qui bénéficie en revanche d'une belle cote de popularité en France, est lui-même amateur de l'époque d'Edo. Il a situé plusieurs de ses histoires dans des décors de cette période si importante de l'histoire du Japon. Peut-être doit-il son attachement à ces années au décor qu'il a côtoyé pendant son enfance à Kurayoshi dans la préfecture de Tottori. Il a d'ailleurs utilisé des vues des vieux quartiers de la ville pour illustrer *Quartiers lointains* (éd. Casterman), l'un de ses premiers grands succès. Pour s'y rendre, on peut

emprunter le train (ligne Sanin) au départ de la gare de Himeji. Après une visite du magnifique château, un petit détour vers Kurayoshi vous offrira une belle plongée dans la province nippone. Bourgade de 50 000 habitants, elle a été un centre commercial important dans cette partie du Japon tout au long du XVIIème siècle. En témoignent les nombreux entrepôts de l'époque qui subsistent et qui donnent encore à la ville un caractère opulent qui a pourtant disparu depuis bien longtemps. La cité en est bien consciente puisqu'elle mise sur la nostalgie pour attirer les visiteurs. A l'instar de *Quartiers lointains* qui invite le lecteur à se plonger dans un passé plein de souvenirs de jeunesse, une promenade dans les petites rues de Kurayoshi plonge le visiteur dans une sorte de mélancolie douce. Il arrive que l'on croise des voyageurs avec le manga de TANIGUCHI comme guide. Ce qui frappe au-delà des beaux bâtiments blancs qui en imposent encore, c'est la présence de nombreuses boutiques qui invitent le client à faire un voyage dans le temps. Ici, il n'est pas question de revenir à l'époque d'Edo, mais plutôt d'explorer les années 1950-1960 pour lesquelles les Japonais vouent un véritable attachement. On y retrouve ainsi l'atmosphère qui règne dans l'œuvre de TANIGUCHI. C'est aussi un endroit avec de nombreux artisans qui vendent notamment leurs produits tissés. La visite dans la préfecture de Tottori peut se prolonger par un arrêt à Yasugi, à une soixantaine de kilomètres de Kurayoshi. C'est dans cette petite cité, à 20 minutes par navette gratuite au départ de la gare, que se trouve le merveilleurx musée Adachi (voir Zoom Japon n°24, octobre 2012). Cet établissement est étonnant parce qu'il dispose non seulement de l'une des collections les plus riches en matière d'art moderne japonais et d'un extraordinaire jardin japonais que les responsables du musée présentent comme "une œuvre d'art vivante". En fonction des saisons, de la couleur du ciel et de l'évolution des feuillages, il change de forme. De grandes baies vitrées offrent au visiteur médusé la chance de profiter d'un spectacle inoubliable.

D'Imaichô à Kurayoshi, il existe encore bien des zones historiques encore préservées qui donnent une petite idée de ce que devait être la vie entre le XVIIème et le XIXème siècle. Les autorités japonaises, après des années de désintérêt, ont commencé à y investir pour permettre à ces quartiers de conserver leur âme. A



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

A Kurayoshi, l'accent est mis sur l'artisanat.

Imaichô, par exemple, ce n'est que très récemment que des arrêtés interdisent de reconstruire ou de rénover les maisons du quartier dans un style différent de celui des autres demeures. On a bien conscience que ce patrimoine historique constitue une chance non négligeable pour le développement du tourisme. Il y a une réelle volonté d'utiliser le regain d'intérêt à l'égard de cette période historique pour assurer l'avenir de villes qui ont perdu en grande partie leur superbe d'antan.

GABRIEL BERNARD

Zoom Japon est publié par les éditions Ilyfunet
12 rue de Nancy 75010 Paris - France
Tél : 01 4700 1133 Fax : 01 4700 4428
www.zoomjapon.info - courrier@zoomjapon.info



Dépôt légal : à parution ISSN : 2108-4483 Imprimé en France
Ont participé à ce numéro : Odaira Namihei, Gabriel Bernard, Pierre Ferragut, Eric Rechsteiner, Jérémie Souteyrat, Gianni Simone, Ritsuko Koga, Elodie Brisson, Yoshié Takano, Rié Tanaka, Takako Taniguchi, Miwa Takano, Makoto Sato, Hirofumi Chonan, Marie Varéon (maquette).
Publicité : Kimié Ozawa, Yoshiyuki Takachi.
Responsable de la publication : Dan Béraud





N°1 au Japon !

Savoureux !



Rapide !

Les Gyoza Ajinomoto, **croustillants** et **juteux** à souhait !



Poulet & légumes 10 pièces
Idéal pour congélateur petit volume !



Poulet & légumes 30 pièces
A partager en famille ou entre amis !

Préparation sans décongélation, une cuisine rapide simple comme bonjour !

5 min à la poêle



5 min à la vapeur



3 min en friture



3 min 30 en bouillon

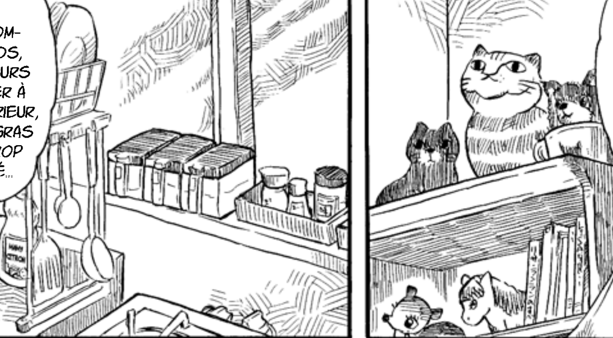


Disponible dans votre magasin asiatique préféré ou épiceries japonaises en ligne.

Pour toute information
Ajinomoto Foods Europe SAS - consumer@afe.ajinomoto.com - 153 rue de Courcelles, 75017 Paris - Tel. 01 43 18 05 86











Mes petits plats faciles by Hana

1

Scénario : Masayuki Kusumi
Dessin : Etsuko Mizusawa

komikku ÉDITIONS

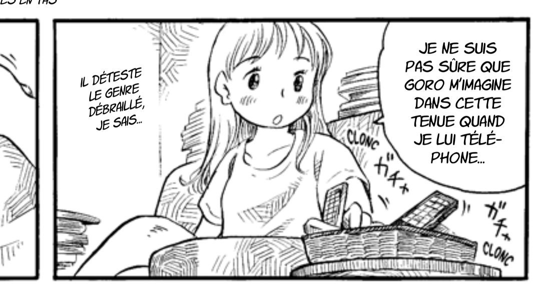
Sens de lecture japonais : de droite à gauche !

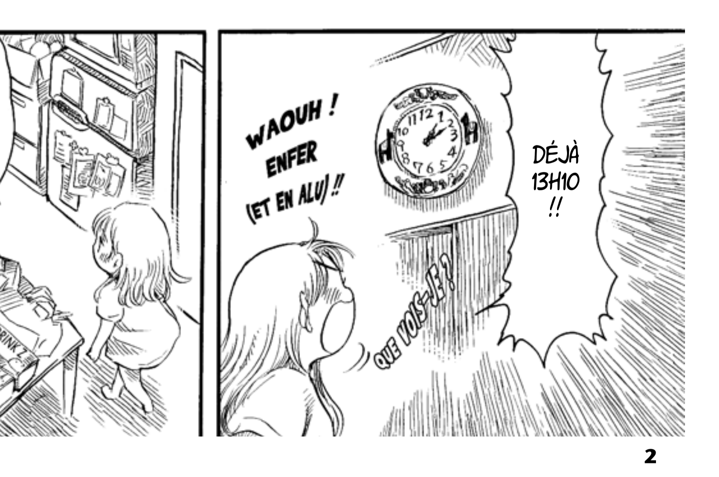
1er plat

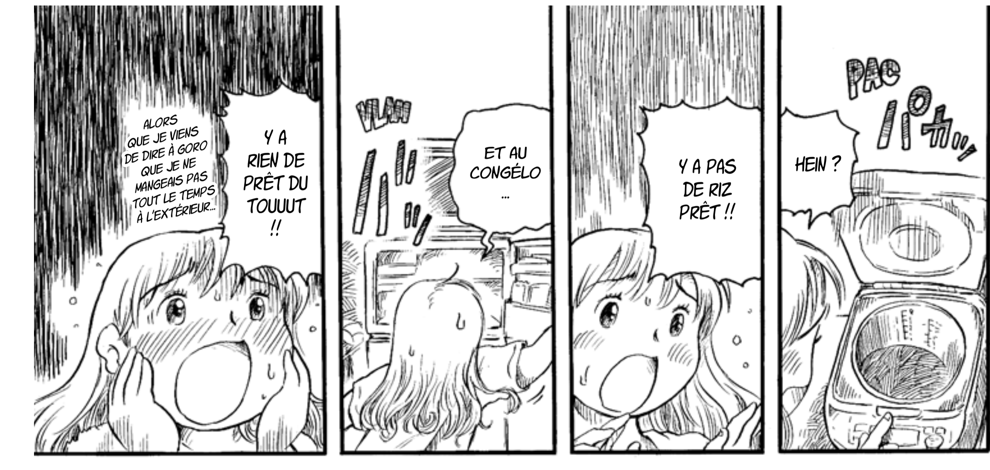
- Miettes de saumon
- Mayonnaise
- Pain de mie
- Chou blanc
- Parmesan rapé
- Tabasco
- Chocolat soluble


ALORS, AVANT DE RACCROCHER POUR AUJOURD'HUI, TU ME LE DIS ! DIS... DIS... TU SAIS BIEN, POUR ME DONNER LA PÊCHE...
...
MOI-AUSSI ! ♡
POF
POF

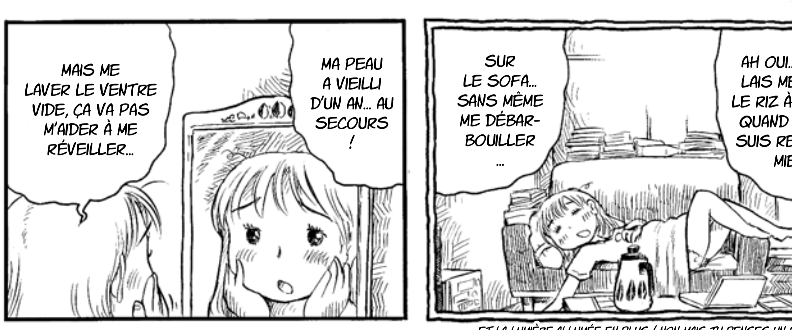

ALLEZ, À DEMAIN !
PIP
ATTCHAA
JUS DE POMME BIO
LIVRES ET MAGAZINES EN TAS

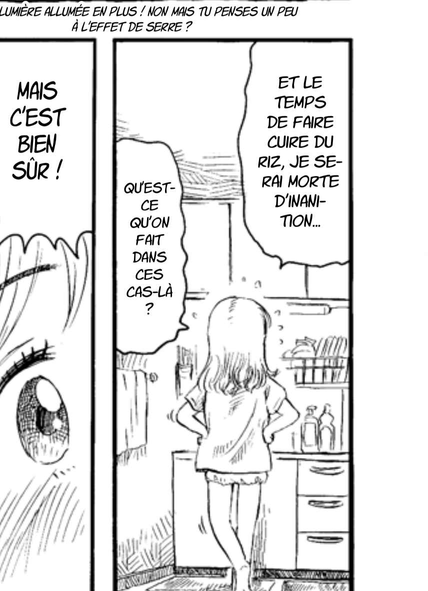

JE NE SUIS PAS SÛRE QUE GORO M'IMAGINE DANS CETTE TENUE QUAND JE LUI TÉLÉPHONE...
CLONC
CLONC
IL DÉTESTE LE GENRE DÉBRAILLÉ, JE SAIS...
AH... CE BRUIT ME DIT QUE ...
GROUUU

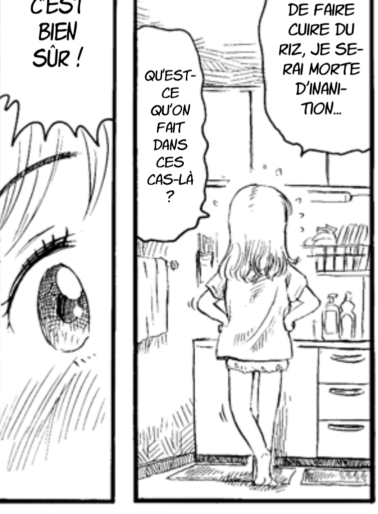

DÉJÀ 13H10 !!
WAOUH ! ENFER (ET EN ALU) !!
QUE VOIS-JE ?
J'AI TROP DORMI... FAUT QUE JE MANGE QUELQUE CHOSE.

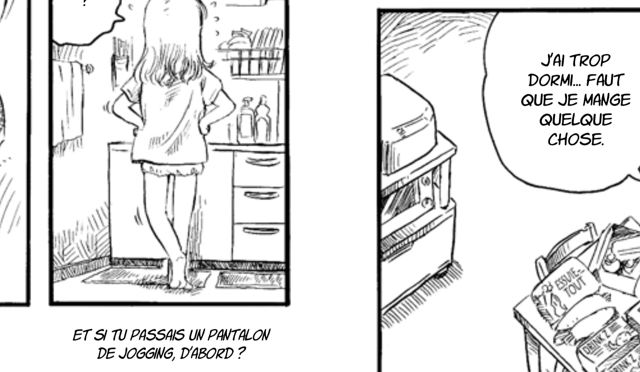

PAC
HEIN ?
Y A PAS DE RIZ PRÊT !!
ET AU CONGÉLO ...
VLAN
ALORS QUE JE VIENS DE DIRE À GORO QUE JE NE MANGEAIS PAS TOUT LE TEMPS À L'EXTÉRIEUR...
Y A RIEN DE PRÊT DU TOUUUT !!


AH OUI... J'ALLAIS METTRE LE RIZ À CUIRE... QUAND JE ME SUIS RENDORMIE...
SUR LE SOFA... SANS MÊME ME DÉBARBOUILLER ...
ET LA LUMIÈRE ALLUMÉE EN PLUS ! NON MAIS TU PENSES UN PEU À L'EFFET DE SERRE ?

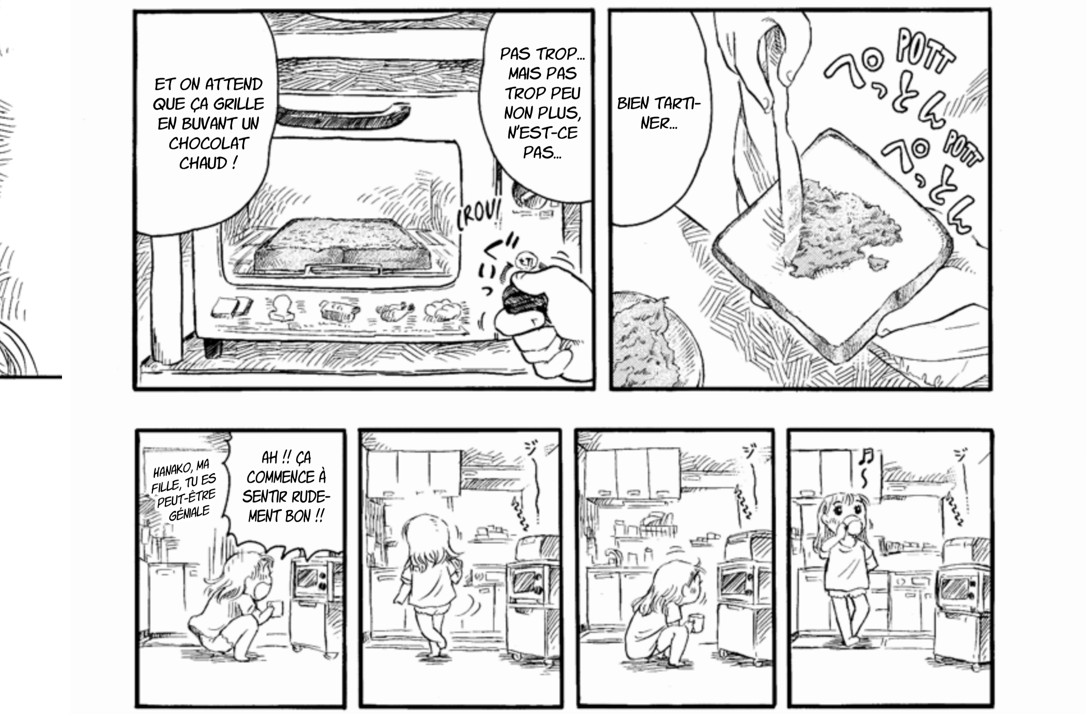

MA PEAU A VIEILLI D'UN AN... AU SECOURS !
MAIS ME LAVER LE VENTRE VIDE, ÇA VA PAS M'AIDER À ME RÉVEILLER...

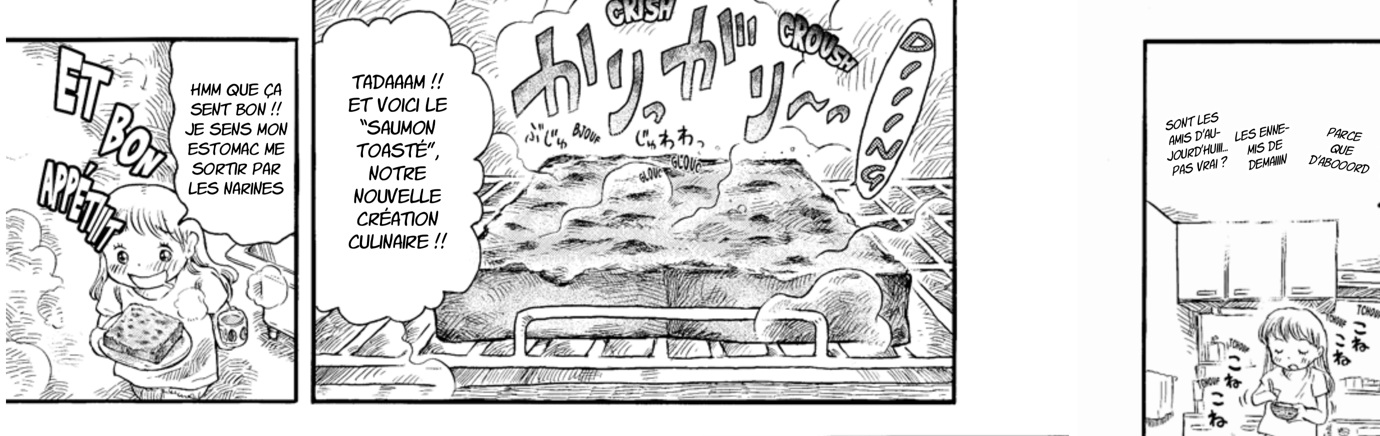

ET LE TEMPS DE FAIRE CUIRE DU RIZ, JE SERAI MORTE D'INANITION...
QU'EST-CE QU'ON FAIT DANS CES CAS-LÀ ?
ET SI TU PASSAIS UN PANTALON DE JOGGING, D'ABORD ?

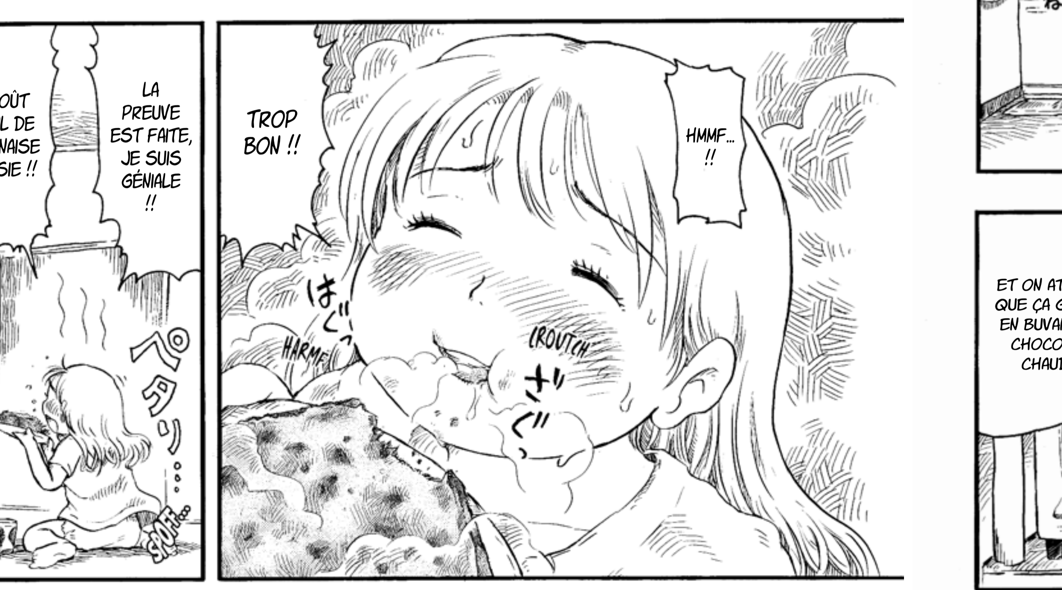
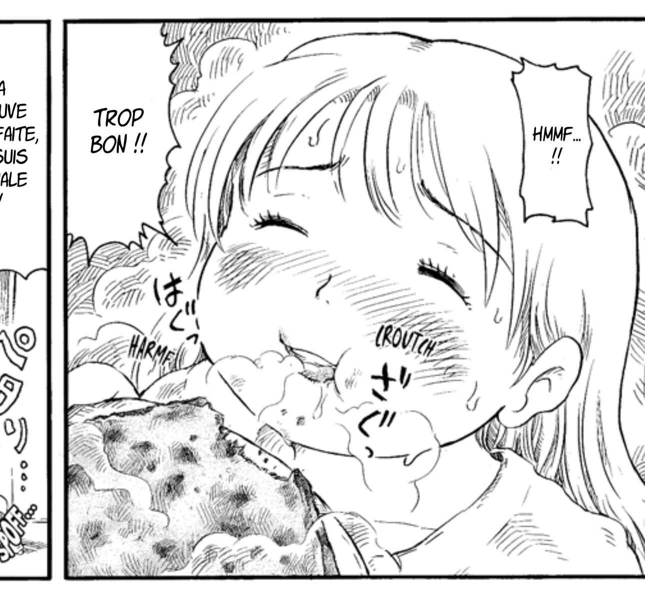

MAIS C'EST BIEN SÛR !

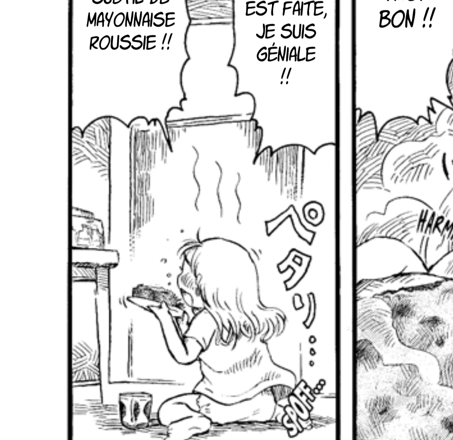
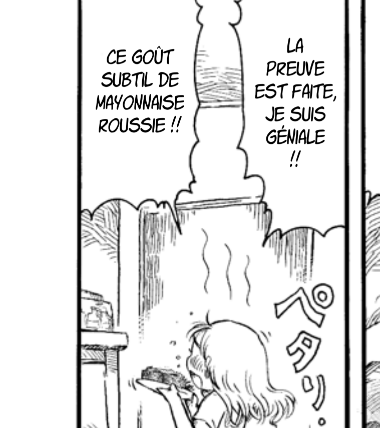

SAUVÉE, DES MIETTES DE SAUMON !!
POUR OUVRIR → OPEN
MIETTES DE SAUMON



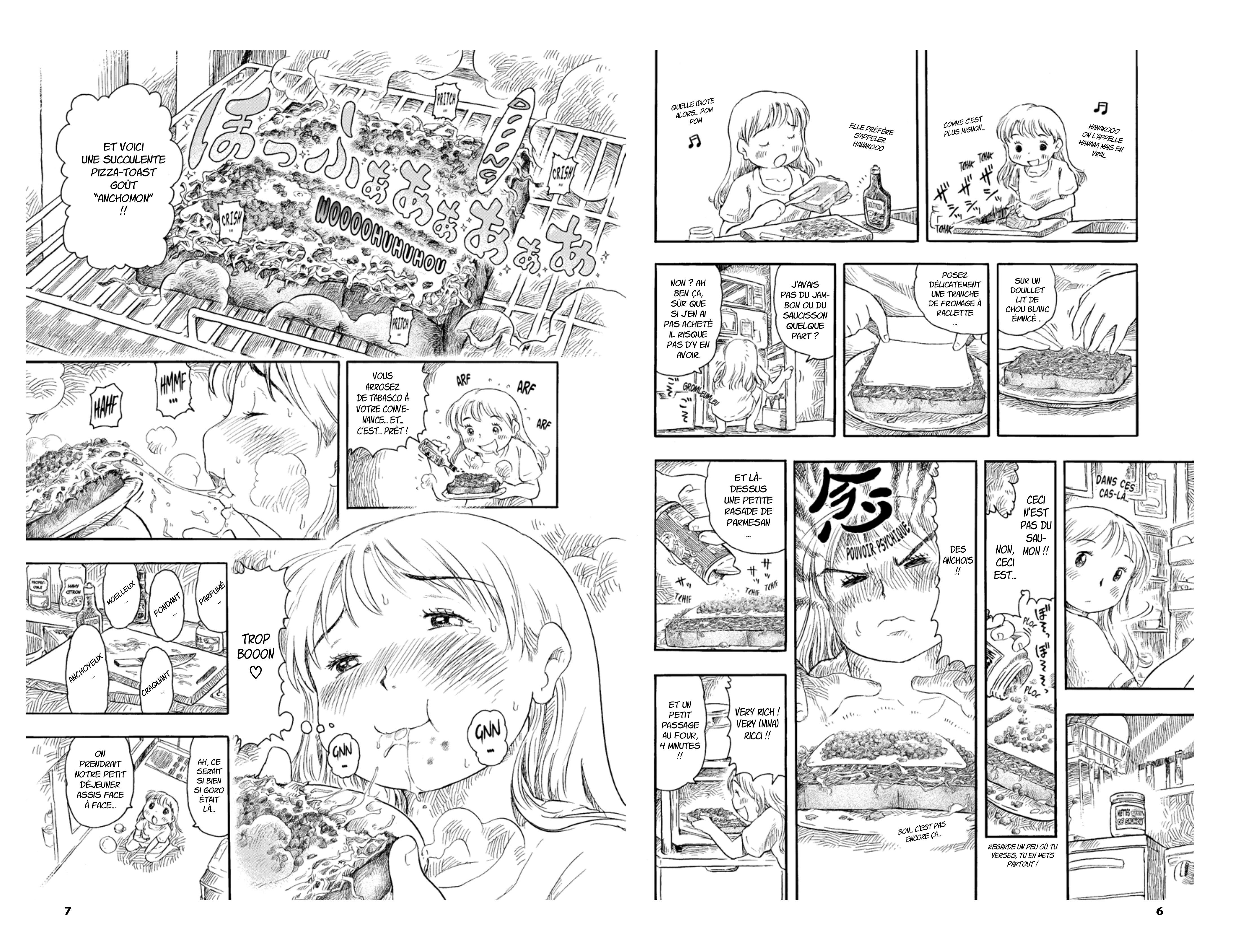

LES MIETTES DE SAUMON, C'EST MAGIQUE, ÇA SERT À TOUT.
FLOC
FLOC
C'EST COMME LA MAYONNAISE EN TUBE...
SUIRP
FLURP
MÊME SI C'EST LE GROS VILAIN COMMANDO "CALORIES" QUI ATTAQUE ...
MAIS Y A PAS DE SOUCIII ♫
PARCE QUE D'ABOOORD
LES ENNE-MIS DE DEMAIIN
SONT LES AMIS D'AU-JOURD'HUIII... PAS VRAI ?
TCHOUF
POTT
POTT
BIEN TARTI-NER...
PAS TROP... MAIS PAS TROP PEU NON PLUS, N'EST-CE PAS...
CROUI
ET ON ATTEND QUE ÇA GRILLE EN BUVANT UN CHOCOLAT CHAUD !
AH !! ÇA COMMENCE À SENTIR RUDE-MENT BON !!
HANAKO, MA FILLE, TU ES PEUT-ÊTRE GÉNIALE


CRISH
GROUSH
DIIING
BLOUF
GLOUG
TADAAAM !! ET VOICI LE "SAUMON TOASTÉ", NOTRE NOUVELLE CRÉATION CULINAIRE !!
ET BON APPÉTIT
HMM QUE ÇA SENT BON !! JE SENS MON ESTOMAC ME SORTIR PAR LES NARINES



HMMF... !!
CROUTCH
HARMF
TROP BON !!



LA PREUVE EST FAITE, JE SUIS GÉNIALE !!
CE GOÛT SUBTIL DE MAYONNAISE ROUSSIE !!
SPOFF...


'TTENTION, L'ENNEMI CONTRE-ATTAQUE !
CHOP
L'ESTOMAC SE VIDE À GRANDE VITESSE !
FEU !!
NOTRE CHAMPIONNE HANAKO VIENT DE METTRE LE TURBO À SON APPÉTIT !! CETTE FOIS, C'EST DU SÉRIEUX...


HANAKOOO ON L'APPELLE HANAAA MAIS EN VRAI...
COMME C'EST PLUS MIGNON...
TCHAK TCHAK
TCHAK
ELLE PRÉFÈRE S'APPELER HANAKOOO
QUELLE IDIOTE ALORS... POM POM
SUR UN DOUILLET LIT DE CHOU BLANC ÉMINCÉ ...
POSEZ DÉLICATEMENT UNE TRANCHE DE FROMAGE À RACLETTE ...
J'AVAIS PAS DU JAMBON OU DU SAUCISSON QUELQUE PART ?
NON ? AH BEN ÇA, SÛR QUE SI J'EN AI PAS ACHETÉ IL RISQUE PAS D'Y EN AVOIR.
GROMMEUMEU
DANS CES CAS-LÀ...
CECI N'EST PAS DU SAUMON !!
NON, CECI EST...
PLOC PLOC PLOC
REGARDE UN PEU OÙ TU VERSES, TU EN METS PARTOUT !
POUVOIR PSYCHIQUE
DES ANCHOIS !!
BON... C'EST PAS ENCORE ÇA...
ET LÀ-DESSUS UNE PETITE RASADE DE PARMESAN ...
TCHIF TCHIF
TCHIF
VERY RICH ! VERY (NINA) RICCI !!
ET UN PETIT PASSAGE AU FOUR, 4 MINUTES !!
ET VOICI UNE SUCCULENTE PIZZA-TOAST GOÛT "ANCHOMON" !!
PRITCH
CRISH
WOOOOHUHUHOU
CRISH
PRITCH
VOUS ARROSEZ DE TABASCO À VOTRE CONVENANCE... ET... C'EST... PRÊT !
ARF ARF
ARF
HMMF ...
HAHF
TROP BOOON ♡
PARFUMÉ ...
FONDANT ...
MOELLEUX ...
CRAQUANT ...
ANCHOYEUX ...
GNN ...
GNN ...
AH, CE SERAIT SI BIEN SI GORO ÉTAIT LÀ...
ON PRENDRAIT NOTRE PETIT DÉJEUNER ASSIS FACE À FACE...

Mes petits plats faciles

by Hana

UN VOYAGE GUSTATIF INITIATIQUE, À TRAVERS 17 RECETTES DE CUISINE, QUI NE DONNE QU'UNE SEULE ENVIE : MANGER !

L'HUMOUR D'UN "SWITCH GIRL" PARFAITEMENT MÊLÉ À L'EXPERTISE CULINAIRE QUE PEUT APPORTER "LE GOURMET SOLITAIRE" !

PAR LE SCÉNARISTE DU "GOURMET SOLITAIRE" !!
Tome 1
le 21 mars 2013



komikku ÉDITIONS

JE DRESSERAIS LA TABLE SUR DE JOLIS SETS DE TABLE...

JE LUI FERAIS DU PAIN PERDU... C'EST PAS FACILE MAIS JE M'APPLIQUERAIS...

JE LUI PRÉPARERAIS DES ŒUFS À LA COQUE (OH OUIII, DANS DES COQUETIERS !)

ZUT, IL Y A DÉJÀ DES ŒUFS DANS LE PAIN PERDU... UN AUTRE JOUR, ALORS.

AVEC UNE SALADE VERTE...

LE CAFÉ TORRÉFIÉ FRAIS-MOULU EMBAUMERAIT LA SALLE À MANGER DE SON SUAVE PARFUM...

ON A VRAIMENT BIEN FAIT DE PRENDRE LES PLAQUES À INDUCTION, MON GORO...

ET POUR LE DESSERT, JE LUI FERAIS DES GÂTEAUX DE MES PETITES MAINS ET ...

COU-PEZ !!

STOMP

ÇA VA PAS LE FAIRE. RIEN QUE D'Y PENSER JE SUIS DÉJÀ FATIGUÉE.

LES MUTATIONS EN PROVINCE QUI S'ÉTERNISENT, C'EST LA DÉFAITE DE LA FEMME AU FOYER...

COURAGE MA FILLE ...